

UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

ESCUELA DE POSTGRADO

PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS



**“VALORACIÓN ECONÓMICA DEL POTENCIAL TURÍSTICO
DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO Y NATURAL DEL
DISTRITO DE AYABACA-PROVINCIA DE AYABACA-
DE PARTAMENTO DE PIURA”**

TESIS

PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE DOCTOR EN ECONOMIA Y

FINANZAS

Autor: Econ. Carlos Severo Cordova Calle

Piura–Perú

2018

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA
ESCUELA DE POSTGRADO**



PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

TESIS

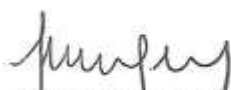
**“VALORACIÓN ECONÓMICA DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL PATRIMONIO
ARQUEOLÓGICO Y NATURAL DEL DISTRITO DE AYABACA-
PROVINCIA DE AYABACA-DEPARTAMENTO DE PIURA”**

**LOS SUSCRITOS DECLARAMOS QUE EL PRESENTE TRABAJO DE TESIS ES
ORIGINAL EN SU CONTENIDO Y FORMA**

**Carlos Severo Córdova Calle
(Ejecutor)**

**Dr. Marco Zapata Briceño
(Asesor)**

JURADO CALIFICADOR



Dr. Cesar Reyes Peña

(Presidente)



Dr. Afranio Choquehuanca Panta

(Vicepresidente)



Dr. Walter Chávez Castro

(Secretario)



Dr. Duberli Andrade Vasquez

(Vocal)



Dr. Federico Guerrero Neyra

(Vocal)

Secciones de Maestría: En Ciencias Administrativas, Ciencias del Mar, Ciencias Ambientales, Ciencias Contables y Financieras, Ingeniería Industrial, Derecho, Ingeniería Civil, ...
Secciones de Doctorados: en Ciencias Ambientales, Ciencias Económicas, Ciencias de la Salud, Ciencias de la Educación, Matemática, Psicología, Zumos Tropicales, Producción Animal, Arquitectura, Dirección y Gestión de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones, Secciones de Doctorados: en Ciencias Ambientales, Ciencias Administrativas, Ciencias de la Educación, Ciencias de la Salud, Derecho y Ciencias Políticas, Ciencias Económicas y Financieras, Ciencias Sociales, Arte y Folklor, Ciencias Agrarias, Psicología, Ingeniería Industrial, Matemática Aplicada, Tecnología de la Información y Comunicaciones y en Ciencias Contables y Financieras.

ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA ACTA DE SUSTENTACIÓN DOCTORADO EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

Los Miembros del Jurado Calificador que suscriben, reunidos para la sustentación de la Tesis Doctoral, para optar el Grado Académico de Doctor en **CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS** Presentada por:

CORDOVA CALLE - CARLOS SEVERO

Con el asesoramiento del DR. MARCO ZAPATA BRICEÑO, denominada:

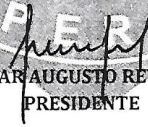
"VALORACIÓN ECONÓMICA DEL PATRIMONIO NATURAL Y ARQUEOLÓGICO DEL DISTRITO DE AYABACA - PROVINCIA DE AYABACA DEPARTAMENTO DE PIURA"


Oídas las respuestas y absueltas las observaciones formuladas, se declara:

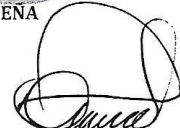
APROBADO				DESAPROBADO
Excelente	Sobresaliente	Bueno	Aceptable	
X				


En consecuencia, previa aprobación del Art.º 83, del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, queda en condiciones de ser calificado **APTO** para obtener el Grado Académico de **DOCTOR EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**. De conformidad con lo estipulado en la ley.

PIURA, VIERNES 22 DE JUNIO DEL 2018.


DR. CESAR AUGUSTO REYES PEÑA
PRESIDENTE


DR. FEDERICO GUERRERO NEYRA
SECRETARIO


DR. AFRANIO DAVID CHOQUEHUANCA PANTA
VOCAL


DR. WALTER EDUARDO CHAVEZ CASTRO
VOCAL


DR. DUBERLI ANDRADE VASQUEZ
VOCAL

INDICE GENERAL

RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN.....	14
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES GENERALES	16
1.1. ANTECEDENTES.....	16
1.2. DESCRIPCION, FORMULACION Y JUSTIFICACION DEL PROBLEMA	19
1.2.1. Formulación.....	19
1.2.2. Justificación.....	21
1.3. OBJETIVOS	22
1.4. HIPÓTESIS.....	23
CAPITULO 2: AYABACA, CULTURA Y TRADICION.....	24
2.1. UBICACIÓN GEOPOLÍTICA	24
2.2. LA PROVINCIA DE AYABACA.....	24
2.2.1. Atractivos Turísticos de Ayabaca	1
2.3. PRINCIPALES VARIABLES SOCIO-ECONOMICAS.....	13
2.3.1. Indicadores de Pobreza	15
2.3.2. Indicadores Ambientales.....	21
2.4. IDEAS FUERZA	24
CAPITULO 3: MARCO TEORICO.....	26
3.1. DESARROLLO LOCAL.....	26
3.1.1. Definición de Desarrollo Local	26
3.1.2. Teoría de la Base Económica Regional	28
3.1.3. La Existencia de Economías Externas (externalidades) y de Aglomeración	30
3.1.4. Teoría Neoclásica del Desarrollo Regional	31
3.1.5. Teoría de las Ciudades Interiores	31
3.2. TURISMO Y DESARROLLO.....	32
3.2.1. Concepto de Turismo.....	32
3.2.2. Turismo Justo y Sostenible	32
3.2.3. El Producto Turístico Total.....	36
3.3. PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL.....	36
3.3.1. Patrimonio Cultural	36
3.3.2. Patrimonio Natural.....	39
3.4. VALORACIÓN ECONÒMICA	40
3.4.1. Los Mercados y la Valoración de Bienes y Servicios en General: Condiciones de Competencia Perfecta	40

3.4.2.	Las Fallas del Mercado	40
3.4.3.	Los Valores y la Valoración Económica.....	42
3.4.4.	El Valor Económico Total de los Bienes y Servicios Ambientales (BSA)	42
3.4.5.	Métodos de la valoración Económica	44
3.5.	POLITICAS VERDES	52
3.6.	IDEAS FUERZA	54
CAPITULO 4: DESCRIPCION DEL MERCADO TURISTICO EN EL DISTRITO DE AYABACA		55
4.1.	LA OFERTA ACTUAL.....	55
4.1.1.	Capacidad Instalada	55
4.2.	IDEAS FUERZA	59
CAPITULO 5: VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA PROPUESTA PARA DETERMINAR EL VALOR ECONOMICO TURÍSTICO DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO Y NATURAL DEL DISTRITO DE AYABACA		60
5.1.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	60
5.1.1.	Tipo de Investigación.....	60
5.1.2.	Diseño de la investigación	61
5.2.	OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN	61
5.3.	UNIDAD DE ANÁLISIS Y ÁMBITO DE ESTUDIO	61
5.4.	DISEÑO MUESTRAL.....	62
5.5.	MODELO TEÓRICO Y ECONOMETRICO	63
5.5.1.	Modelo teórico.....	63
5.5.2.	Modelo Econometrico.....	64
5.3.	OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	65
5.4.	ANALISIS DE RESULTADOS.....	66
5.4.1.	Estimacion de la disposicion a pagar para residentes	66
5.4.2.	Analisis econometrico del modelo para residentes.....	70
5.4.3.	Estimacion de la disposicion a pagar para turistas	72
5.5.	CONTRASTE DE HIPOTESIS	78
CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		80
BIBLIOGRAFÍA		82
ANEXOS		87

INDICE DE FIGURAS

Figura 2.1. Complejo Arqueológico de Aypate.....	3
Figura 2.2. Camino Real Inca.....	4
Figura 2.3. Kallanca	4
Figura 2.4. Ushnu	5
Figura 2.5. Acllahuasi	6
Figura 2.6. Pozo de ofrendas Outqu	7
Figura 2.7. petroglifos del valle de samanga	8
Figura 2.8: señor de olleros	9
Figura 2.9: Laguna la Cebada	10
Figura 2.10: Bosque de Neblina de Cuyas	11
Figura 2.11: Bosque de Aypate	13

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 2.1: esperanza de vida en la Provincia de Ayabaca – Huancabamba–Morropon.....	14
Grafico 2.2: incidencia de la pobreza total. Provincia.....	15
Grafico 2.3: incidencia de la pobreza total.provincia de	16
Grafico 2.4: Poblacion con una necesidad basica insatisfecha.-distrito de	17
Grafico 2.5: Poblacion que no tiene acceso a servicio de agua dentro de la vivienda.- prov. Ayabaca – huancabamba –morropon.....	18
Grafico 2.6: Establecimientos de salud, por tipo.provincias Ayabaca–Huancabamba–Morropon.....	19
Grafico 2.7: tasa de analfabetismo de personas de 15 a más años de edad.-prov Ayabaca–Huancabamba–Morropon.	20
Grafico 2.8: Fuentes que originan la contaminación ambiental.-prov Ayabaca –Huancabamba – Morropon.....	21
Grafico 2.9: Denuncias ambientales registradas prov Ayabaca –Huancabamba – Morropon.....	22
Grafico 2.10: Indice de Desarrollo Humano (IDH) 2012	23
Grafico 2.11: Indice de Densidad del Estado 2012.....	24
Grafico 5.1: Disposición a pagar para acceder a sitios arqueológicos y/o naturales de Ayabaca.....	67
Grafico° 5.2: residentes del distrito de ayabaca que según sus ingresos indican su disponibilidad a pagar por visitar por un día el patrimonio arqueologico y natural del distrito. (%).....	68
Grafico 5.3. Residentes del distrito de ayabaca que según sus ingresos indican su disponibilidad a pagar por visitar dos días su patrimonio arqueologico y natural (%)	69
Gráfico 5.4: disposición a pagar algún monto para acceder a sitios y/o naturales de Ayabaca	73
Grafico 5.5: Turistas que según sus ingresos indican su disponibilidad a pagar por visitar por un día el patrimonio arqueologico y natural (%).....	74
Grafico 5.6: Monto que los turistas estarían dispuestos a pagar por visitar dos días Aypate	75

INDICE DE CUADROS

Cuadro 5.1: Variables incluidas en el modelo empírico.....	65
Cuadro 5.2. Medida de Bienestar según modelo (En nuevos soles)	66
Cuadro 5.4. Tabla de correlaciones (Residentes).....	70
Cuadro 5.5. Regresion del modelo econometrico planteado para Residentes.....	71
Cuadro 5.6. Regresion del modelo econometrico mejor ajustado para Residentes	72
Cuadro 5.7. Resumen de disposicion a pagar	75
Cuadro 5.8. Tabla de correlaciones (Turistas)	76
Cuadro 5.9. Regresion del Modelo planteado para Turistas	77
Cuadro 5.10. Regresion del Modelo mejor ajustado para Turistas	77

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 01: ENCUESTA DEFINITIVA APLICADA A RESIDENTES DE LA PROVINCIA DE AYABACA	87
ANEXO 02 : ENCUESTA DEFINITIVA APLICADA A LOS VISITANTES – TURISTAS.....	91
ANEXO 03: Residentes que saben de la existencia de Recursos Naturales y Arqueologicos en el distrito de Ayabaca	95
ANEXO 04: Importancia de los residentes de visitar el patrimonio arqueológico y natural del distrito de Ayabaca .	95
ANEXO 05: Importancia de los residentes por tener contacto con la naturaleza y reconocer los asentamientos humanos de nuestros antepasados	95
ANEXO 06: Importancia de los residentes para sus hijos puedan disfrutar de este paisaje	96
ANEXO 07: Medio de informacion de la existencia de los Sitios Naturales y Aequologicos del Distrito de Ayabaca para los residentes.....	96
ANEXO 08: Residentes encuestados que estarían de acuerdo para que una empresa x invirtiera en la implementación de servicios turísticos tanto para los lugares arqueológicos como para las áreas naturales del Distrito de Ayabaca.	97
ANEXO 09: Residentes encuestados que estarías dispuesto a pagar para acceder a estos sitios.....	97
ANEXO 10: Monto que los Residentes estarían dispuestos a pagar por 1 día en Aypate	97
ANEXO 11: Monto que los Residentes estarían dispuestos a pagar por 1 día en Aypate	98
ANEXO 12: Beneficos que los residentes consideran, que traería la mayor afluencia de turistas a estos sitios arqueológicos y/o naturales	98
ANEXO 13: Principal motivoque consideran los residentes por el que Ayabaca no atrae una mayor cantidad de turistas	99
ANEXO 14: Sexo del residente encuestado	99
ANEXO 15: Estado civil del residente encuestado	99
ANEXO 16: Grado de instrucción del residente encuestado	100
ANEXO 17: Ocupación del encuestado del residente encuestado.....	100
ANEXO 18: Ingreso mensual del residente encuestado	100
ANEXO 19: Turistas que tienen conocimiento que que la provincia de Ayabaca posee sitios Arqueologicos y Naturales.....	101
ANEXO 20: Medio de información que los turistas emplearon para informarse sobre la existencia de los sitios Arqueologicos y Naturales de la provincia de Ayabaca.	101
ANEXO 21: Grado de importancia que los turistas consideran por tener la oportunidad de visitar el patrimonio arqueológico y natural del distrito de Ayabaca.....	102
ANEXO 22: Grado de importancia que los turistas consideran por tener contacto con la naturaleza y reconocer los asentamientos humanos de nuestros antepasados	102
ANEXO 23: Turistas encuestados que estarían de acuerdo que una empresa x invirtiera en la implementación de servicios turísticos tanto para los lugares arqueológicos como para las áreas naturales del Distrito de Ayabaca.	102
ANEXO 24: Turistas que estarían dispuestos a pagar algún monto para acceder a estos sitios	103
ANEXO 25: Monto que los turistas encuestados estarían dispuestos a pagar por 1 día en Aypate	103
ANEXO 26: A qué dedica su tiempo libre el turistas encuestado	103
ANEXO 27: Turistas encuestados que han visitado otro sitio arqueológico y/o natural dentro del país.....	104

ANEXO 28: Motivo principal de los turistas encuestados de por la visita al Distrito de Ayabaca.	104
ANEXO 29: Sexo del turista encuestado.....	104
ANEXO 30: Estado civil del turista encuestado.....	105
ANEXO 31: Grado de instrucción turista encuestado	105
ANEXO 32: Ocupación del turista encuestado	105
ANEXO 33: Que es lo que menos le gusto de su visita (Turista encuestado)	106
ANEXO 34: Tipo de atracciones que el turista visita preferentemente	106
ANEXO 35: Tipo de Hospedaje que el turista utiliza.....	107
ANEXO 36: Ingreso mensual del turista encuestado.....	107
ANEXO 37: Monto que el turista estaría dispuesto a pagar por 2 días aypate y Samanga.....	108
ANEXO 38: Correlaciones simples-Resdientes	108
ANEXO 39:Estimacion del modelo Planteado-Residentes	109
ANEXO 40:Estimacion del Modelo mejor Ajustado-Residentes.....	109
ANEXO 41: Correlaciones simples-Turistas	110
ANEXO 42: Estimacion del modelo Planteado-Turistas.....	110
ANEXO 43: Estimacion del Modelo mejor Ajustado-Turistas	111

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito estimar la disposición a pagar de los recursos naturales y arqueológicos del Distrito de Ayabaca; por parte de los residentes y turistas. Para ello se plantea la hipótesis central que la realización de una valoración económica del patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca, incrementara su flujo turístico en la zona.

Para ello, se utilizó el “Método de valoración contingente”, el cual permite indirectamente observar la demanda para un bien, debido a que estos bienes son públicos, no pueden ser transados en el mercado como un bien privado. Para ello fue necesario estimar un modelo logit; teniendo como variable dependiente la disposición a pagar en función de: Costo de paquete de viaje por un día, Costo de paquete de viaje por dos días, Edad, Sexo, Estado civil, Ingresos Economicos mensuales y Grado de instrucción.

En tal sentido los resultados demuestran que si existe una alta disposición a pagar por parte de los residentes y turistas, para visitar dichos lugares naturales y arqueológicos; así la disposición a pagar de los turistas es 147.18 nuevos por dos días y los residentes estarían dispuestos a pagar hasta 55 nuevos soles por un día.

ABSTRACT

The purpose of this research is to estimate the willingness to pay of the natural and archeological resources of the Ayabaca District; by residents and tourists. For this, the central hypothesis is raised that the realization of an economic valuation of the archaeological and natural heritage of the District of Ayabaca, will increase its tourist flow in the area.

For this, the "contingent valuation method" was used, which allows indirectly to observe the demand for a good, because these goods are public, they can not be traded in the market as a private good. For this it was necessary to estimate a logit model; having as a dependent variable the willingness to pay depending on: Cost of travel package for one day, Travel package cost for two days, Age, Sex, Marital status, Monthly economic income and Degree of instruction.

In this sense, the results show that there is a high willingness to pay by residents and tourists, to visit these natural and archaeological sites; so the willingness to pay for tourists is 147.18 new for two days and residents would be willing to pay up to 55 soles per day.

INTRODUCCIÓN

El turismo es el motor fundamental de desarrollo de muchas naciones, del mundo desarrollado y empieza a serlo en países emergentes. En el Perú, el turismo sigue en gran medida orientado hacia una gestión del patrimonio y de las zonas arqueológicas así como también a las zonas naturales, que tienen un impacto económico mínimo sobre la vida cotidiana de las poblaciones locales y sobre el porvenir de los vestigios arqueológicos.

El turismo arqueológico y natural de la sierra del Perú (incluido Piura) requiere en general inversión Pública y privada para el desarrollo de infraestructura de caminos y rutas, de medios de transporte, la construcción de hoteles y de restaurantes para recibir a los visitantes. En ese sentido es de suma importancia la construcción de la carretera longitudinal de la sierra, desde Bado Grande (Frontera Ayabaca-Ecuador) hasta Jaen, pasando por Aypate, Curilcas, Laguna Negra y Huancabamba. De esta forma se aprovecharía el patrimonio arqueológico y natural como un medio para lograr el desarrollo socio económico de las poblaciones donde están situados estos recursos turísticos y culturales.

Por lo anterior, este trabajo de investigación hace énfasis en el valor económico del turismo arqueológico y natural. De modo que, tiene como objetivo Estimar el valor económico de los Recursos Naturales y Arqueológicos del Distrito de Ayabaca. En consecuencia, se debe responder a la siguiente pregunta central: ¿Cuál es el valor económico del patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca? .Desde esta perspectiva, la hipótesis central de la investigación es que la realización de la una valoración económica del patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca, incrementara su flujo turístico en la zona.

Acorde con el objetivo central de la tesis, se creyó conveniente estructurarla en seis capítulos. En el capítulo I, se establecen los Antecedentes Generales, en el que se

presentan hechos estilizados, el Problema de Investigación, la Justificación de la misma, los Objetivos e Hipótesis. En el Capítulo II, realizamos la revisión las principales variables socioeconómicas del Distrito de Ayabaca. En el Capítulo III, se presenta el marco teórico pertinente que sustenta la investigación.

Posteriormente en el capítulo IV se hace una descripción del mercado turístico en el distrito de Ayabaca, así como también la oferta de servicios turísticos tanto actual como potencial. En el Capítulo V, está compuesto por la metodología utilizada para valorar económicamente el patrimonio arqueológico y natural de Ayabaca; y el análisis de los resultados. Y finalmente, el capítulo VI se anuncian las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES GENERALES

El presente capítulo tiene como objetivo inicial resumir de manera breve el propósito de este estudio en el que se explicará porque es importante el turismo sobretodo en las zonas de pobreza extrema.

1.1.ANTECEDENTES

El turismo representa alrededor del 12.5% de la demanda mundial de turismo. La diversificación en los destinos turísticos ha logrado que en muchos países el sector se convierta en una de las principales actividades económicas, siendo en 83% de los países del mundo una de las 5 principales actividades generadoras de divisas, y la principal fuente de divisas para el 38% de los países (OMT)¹.

El turismo es el motor fundamental de desarrollo de muchas naciones, particularmente en los países en vías de desarrollado por ejemplo; el turismo en Nicaragua ha registrado un importante desarrollo en los últimos años. En el periodo 2005-2009 el turismo creció a un promedio anual del periodo de 8.7%. En el año 2009 Nicaragua recibió la visita de 931,904 turistas extranjeros, lográndose una tasa de crecimiento del 8.6% respecto al año 2008². Los ingresos monetarios generados por el turismo receptivo en Nicaragua han venido creciendo por varios años, pasando de US\$ 183.5 millones de dólares de los EE.UU en el año 2005 hasta US\$ 345.9 millones de dólares en el año 2009, alcanzando una tasa promedio anual de 16% durante el período del 2005 – 2009 y del 25.2% en el año 2009 respecto al 2008. Los ingresos generados por la actividad turística representaron 24.9% del valor total de las exportaciones del país; por lo tanto el sector turismo recupera el primer lugar de los principales productos generadores de divisas para el país.

¹ Organismo Mundial de Turismo

² Muy por encima de los resultados del turismo mundial (-4.3%) y de la región de Centroamérica (-7%), superando el impacto de la crisis económica mundial y de la gripe A (H1N1) que provocaron un descenso en las llegadas de turistas internacionales en el mundo, Instituto nicaragüense de turismo (INTUR)

Otro ejemplo es Argentina, los 4 millones de viajeros que llegaron en el 2009, originó un ingreso US\$ 3.793 millones de dólares lo que transforma al turismo en el segundo mayor sector exportador, luego del complejo sojero (MINTUR-ARGENTINA), Pero estas cifras se ven opacadas al lado de los US\$ 90,000 millones de dólares que Estados Unidos obtuvo en el año 2009 por el ingreso de 54 millones de turistas extranjeros. Este monto representa casi el doble del total de las exportaciones argentinas.

Ahora si tomamos en cuenta países donde su atracción turística es principalmente arqueológica podemos considerar a Egipto quien recibe 12 millones de visitantes anuales, el turismo representa el 10% del PBI y emplea a 4 millones de personas aunque la crisis internacional ha afectado negativamente a la entrada de divisas en el 2008/2009 el sector turístico generó unos ingresos de US\$10.500 millones de dólares que representa el doble de los ingresos que recibe el país por el servicio del canal de Suez³. Un país muy parecido al nuestro por su turismo arqueológico es México quien en el 2009 recibió 21 millones de visitantes⁴ y obtuvo un ingreso US\$11,275 millones de dólares que comparado con la inversiones directas extranjeras representa aproximadamente el 98% de estas (Secretaría Económica de México).

El turismo en el Perú ha evolucionado en estrecha relación con el grado de estabilidad económica, política y social, y con la imagen proyectada por el país hacia el exterior. Durante la década de los ochenta y principio de la década de los 90 el desarrollo del turismo fue prácticamente nulo. En efecto, entre 1980 y 1990, el número de turistas extranjeros se redujo de 373 mil a 352 mil visitantes, en el año 1992 se redujo a un mas llegando a 255 mil visitantes esto explica principalmente por el clima de inestabilidad económica y de violencia terrorista que vivió el país en dicho periodo.

El escenario cambió notablemente a partir del año 1993, gracias a la relativa estabilidad económica y al clima de tranquilidad posterior a la captura del líder de

³ El canal de Suez constituye la tercera fuente de divisas US\$ 4.720 millones de dólares en el 2008/2009

⁴ Ocupa el decimo lugar preferido de los turistas según el Organismo Mundial de Turismo (OMT).

Sendero Luminoso en setiembre 1992; gracias a esto, el número de ingresos de viajeros al país aumentó a 314 mil en 1993. En los años siguientes, el sector continuó la tendencia al alza, alcanzando 1, 026,867 llegadas en el 2000, lo que se traduce en una tasa de crecimiento promedio de 21% durante el periodo 1993-2010 (Departamento de estudios económicos Scotia Bank). El sector turismo representó el 4% del PBI en el año 2000 y el 13% de las exportaciones. En cuanto al ingreso de divisas, este representa una fuente casi equiparable con el sector pesquero, ambos con alrededor de US\$1.000 millones en el año 2000 (INEI)⁵.

El primer trimestre del año 2010, se recibió a 554 turistas internacionales, entre extranjeros 94,6 % y peruanos residentes en el exterior 5,4%, mostrando un crecimiento de 4,1% respecto al mismo trimestre del año precedente. El ingreso de divisas por turismo receptivo en el transcurso del primer trimestre del 2010 ascendió a US\$ 666,4 millones, superior en 12,9% al monto generado en el mismo trimestre del año 2009; año en que arribaron 2 millones de turistas generando un ingreso aproximado de US\$ 2 mil 472 millones de dólares (MINCETUR)⁶. Con lo cual el ingreso por turismo represento el 9% de las exportaciones del año 2009.

En la región Piura la tasa de crecimiento media anual del turismo receptor para el período 1992 – 2009 fue del 7,61%. Según el Observatorio Turístico del Perú, en el año 2009 la región recibió a 17,791 mil turistas, si lo comparamos con regiones arqueológicamente turísticas como Cuzco y Lambayeque recibieron ambas 614,374 y 31, 297 turistas respectivamente. En un país como el nuestro no es utópico pensar que se podría duplicar estas cifras en un corto plazo dado que cuenta con restos arqueológicos y lugares turísticos importantes como: Machu Picchu, Kuélap, Cañón de Colca, Ciudadela de Chan Chan, Tumbas Reales del Señor de Sipán, Complejo arqueológico de Aypate, entre otros.

⁵ Instituto Nacional de Estadística e Informatica.

⁶ Más de la mitad de los turistas extranjeros que vinieron de América del Sur (57,3%), principalmente de Chile, en segundo lugar se ubicó América del Norte (19,4%), mayormente de Estados Unidos y, Europa se situó en tercer lugar (16,8%), con turistas provenientes de España, Alemania y Francia, entre otros

1.2. DESCRIPCION, FORMULACION Y JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

1.2.1. Formulación

Los sitios arqueológicos en general deben dejar de ser vistos como cuestiones exóticas, místicas y sagradas, así como estorbos o lastres sin utilidad e importancia que impiden el avance del “progreso”, traducido en la expansión de las actividades económicas. Si bien demandan respeto, pensamos que pueden servir como herramientas didácticas y educativas para las personas que viven en las inmediaciones cuando menos, de forma tal que se deje de lado la visión que toma a estas estructuras como lastres o estorbos, recuperando o asignándole un valor, el que debe ser útil y provechoso en el proceso de desarrollo de las poblaciones.

El patrimonio arqueológico no sólo cumple la función de ratificar la identidad de una nación, también representa un capital turístico que genera intereses económicos considerables. Contrariamente a las tendencias turísticas de los países industrializados que actualmente se centran en el desarrollo sustentable, el turismo peruano sigue en gran medida orientado hacia una gestión del patrimonio y de las zonas arqueológicas que tienen un impacto económico mínimo sobre la vida cotidiana de las poblaciones locales y sobre el porvenir de los vestigios arqueológicos.

El turismo arqueológico de la sierra del Perú (incluido Piura) requiere en general inversión pública y privada para el desarrollo de infraestructuras de caminos y rutas, de medios de transporte, la construcción de hoteles y de restaurantes para recibir a los visitantes. De esta forma se aprovecharía el patrimonio arqueológico como un medio para lograr el desarrollo socio-económico de las poblaciones donde están situados estos patrimonios.

El valor que se le da al patrimonio arqueológico de la sierra peruana no es homogénea; por ejemplo, en la sierra central y sur donde los pueblos precolombinos Quechuas y Aymaras llegaron a desarrollar una cultura más avanzada, lo que les ha permitido heredar un complejo arqueológico de mayor

asombro para estudiosos y esto implica una mayor investigación arqueológica, como resultado de todo ello un mayor desarrollo del turismo arqueológico en estos lugares.

En la sierra norte del Perú se le da poca importancia al patrimonio arqueológico, esto en gran medida porque la sierra centro y sur aún teniendo un mayor desarrollo del turismo arqueológico no ha conseguido solucionar sus problemas socioeconómicos. Los beneficios económicos de bienes patrimoniales ya sea como tipos de valor herencia, valor de uso (directo o indirecto) o valor intrínsecos, se han venido dando importancia en la actualidad, con mayor interés en los temas de gestión para futuros usos alternativos y de conservación como valor agregado. Los bienes culturales son en parte de la identidad cultural de los pueblos, dichos beneficios económicos pueden o no pueden tener precios de mercado. Los bienes tangibles como una cueva o hallazgo arqueológico brindan servicios intangibles que no están considerados como precio de mercado, para determinar esos valores existen metodologías y herramientas, tales como métodos de valoración económica.

Este trabajo se centra en la sierra piurana, exactamente en la Provincia de Ayabaca y Distrito de Ayabaca. Por lo ya expuesto se quiere dar respuesta a las siguientes preguntas:

PREGUNTA CENTRAL

¿Cuál es el valor económico del patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

1. ¿En que condiciones se encuentran la infraestructura y los servicios para recepcionar a los visitantes que desean disfrutar del patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayavaca?

2. ¿Cuáles son los determinantes del valor económico del patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca?
3. ¿Por qué el valor económico del patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca obliga a la intervención estatal para su conservación, explotación y gestión?

1.2.2. Justificación

El Perú forma parte de los países más pobres de América del Sur. Paradójicamente también es uno de los países más enriquecidos a nivel cultural y medioambiental. Basta viajar por tierras peruanas para darse cuenta de la variedad de sitios arqueológicos en donde se entremezcla la sabiduría antigua y la cosmovisión indígena.

El turismo en los últimos años ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales, sustentado en que la sociedad actual demanda un uso y disfrute de nuevas y más activas maneras de ocio; entre estas destaca el turismo cultural, y más concretamente aquel que fundamenta sus parámetros en el patrimonio histórico o arqueológico.

En la sierra la provincia de Ayabaca perteneciente al departamento de Piura conjugan una serie de manifestaciones culturales que dan cuenta de su nacimiento y costumbres, desde los restos arqueológicos de la era precolombina hasta los innegables vestigios del periodo colonial y nuestro grito libertario, así mismo la riqueza paisajística que abarca una serie de pisos ecológicos en los cuales se puede observar páramos, bosques húmedos y secos, lagunas cordilleranas, nacientes de ríos, etc. Y una flora y fauna que por su cercanía al trópico la hacen muy especial, ya que al no ser exactamente tropical y por tanto no ser exuberante en vegetación al estilo de jungla, ni al ser tan Antártica, despoblada y carente de vida, pareciera que providencialmente esta

ubicada en un lugar especial que permite su disfrute en casi 7 meses del año en condiciones climáticas normales.

A pesar de todas estas bondades la población allí asentada exhibe los más lamentables índices de desarrollo humano dentro del departamento tales como las más altos índices de analfabetismo, pobreza y pobreza extrema, atención en salud, mortalidad infantil, morbilidad etc. Esta situación ha hecho que se produzca en los últimos años un despoblamiento significativo por parte de las nuevas generaciones que aspiran a mejores condiciones de vida y creen poder encontrarlas en las ciudades capitales de provincia, formando a su llegada incontables cinturones de pobreza y generando presión en las grandes ciudades urbanas por una mayor dotación de servicios básicos e infraestructura, demandas que obviamente nunca podrá ser satisfecha y peor aún con el modelo de expansión seguido en la costa peruana. Todo esto hace necesario que se busquen alternativas que permitan empezar a revertir esta situación, en esa línea este trabajo acomete con la actividad turística como alternativa de desarrollo.

1.3.OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar una valoración económica del patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca.

Objetivos Específicos

1. Analizar las condiciones del servicio turístico para incrementar el flujo turístico con destino al patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca.
2. Averiguar la disposición a pagar por el servicio turístico de visitar la zona.
3. Establecer la viabilidad de la intervención estatal desde el punto de vista económico y social para mejorar el servicio turístico.

1.4. HIPÓTESIS

Hipótesis General

La realización de la una valoración económica del patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca, ayudara a diseñar políticas para incrementar el flujo turístico en la zona.

Hipotesis Específicas

1. El servicio turístico que se brinda para visitar el patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca es deficiente.
2. Existe una alta disposición a pagar por el servicio turístico de visitar el Patrimonio Arqueológico y Natural del Distrito de Ayabaca
3. Es viable económica y socialmente la intervención del Estado en la protección y gestion del Patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca.

CAPITULO 2: AYABACA, CULTURA Y TRADICION

En este capítulo el objetivo principal es determinar la ubicación geográfica, así como una descripción profunda del distrito de Ayabaca, en el cual se hace mención a los atractivos tanto arqueológicos como naturales.

2.1. UBICACIÓN GEOPOLÍTICA

El Perú posee un territorio que es atravesado de Norte a Sur por la cadena montañosa de los Andes razón por la cual se divide en 03 regiones marcadamente diferentes que se desplazan de manera longitudinal, a saber estas son: Costa, Sierra y selva, hacia el norte del territorio de la República, más cercano a la línea ecuatorial, el clima es cálido y seco en la región costera, cálido y lluvioso en la selva y la sierra posee una densa vegetación con dos estaciones bastante marcadas, lluvioso de Noviembre a Abril y seco de junio a octubre.

En la parte septentrional de la costa peruana se halla ubicada la Región Piura que es muy famosa por su gastronomía y hermosas playas de fama internacional como Colán y Mancóra. Sin embargo, lo menos conocido de Piura es que su territorio es en un casi 50% Sierra y que en esta sierra se presentan una variedad de micro climas y pisos geológicos que permiten el desarrollo de una variada fauna y flora, la misma que en tiempos prehispánicos cautivó a los antiguos incas y fue paso obligado de los viajeros tahuantisuyanos. La región Piura cuenta con 08 Provincias: Sullana, Talara, Paita, Sechura, Piura, Ayabaca, Huancabamba y Morropón, estas tres últimas ubicadas en la serranía piurana, de ellas la Provincia de Ayabaca es la que pasaremos a describir.

2.2. LA PROVINCIA DE AYABACA⁷

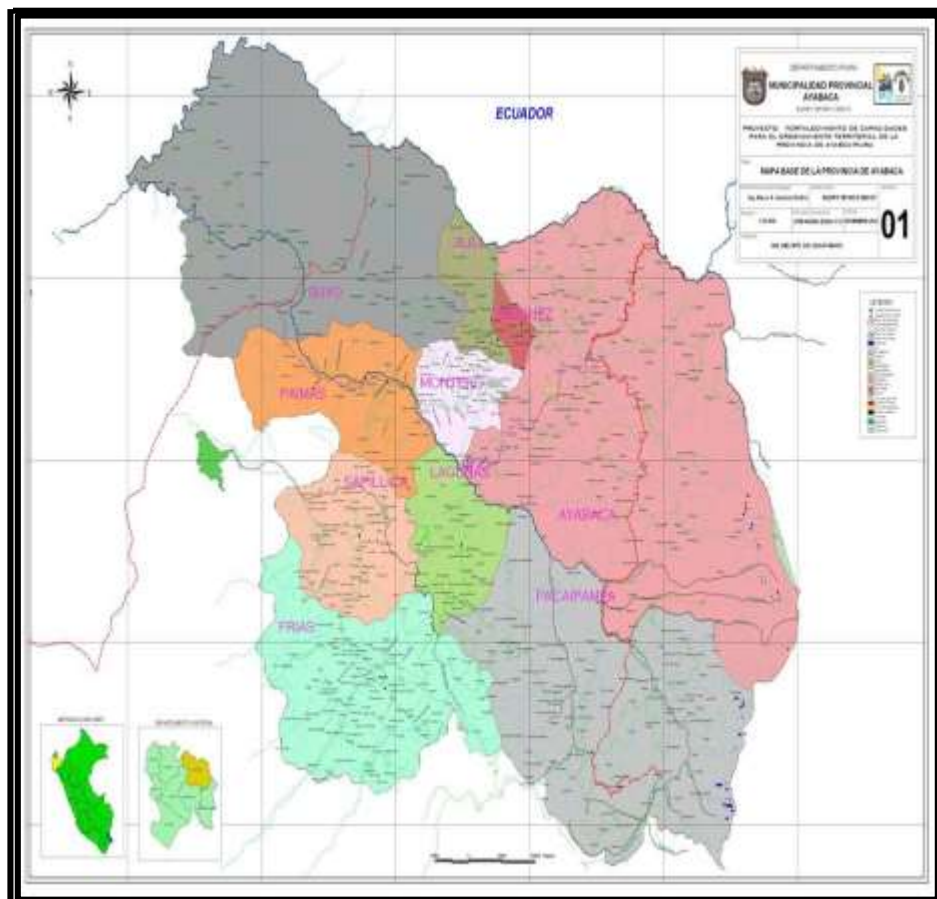
Ayabaca, es una de las provincias que se ubican en la sierra de la Región Piura. Como provincia se creó el 30 de marzo de 1861. Su capital es la ciudad del mismo

⁷ Según portal institucional de la municipalidad provincial de Ayabaca (www.muniayabaca.gob.pe)

nombre, la cual se encuentra a 2,709 msnm. La provincia de Ayabaca, se encuentra situada al Nor Este de la región Piura, en el extremo occidental de la Cordillera de los Andes, limita al Norte con la República del Ecuador, al Sur con la Provincia de Morropón y Huancabamba, al Este con la República del Ecuador y la Provincia de Huancabamba, al Oeste con la Provincia de Sullana y Piura.

Su capital es la ciudad de Ayabaca y está conformada por los distritos de: Suyo, Jililí, Paimas, Montero, Sapillica, Lagunas, Sicchez, Frías, y Pacaipampa. Su superficie territorial es de 5.230,68 Km², siendo el distrito de mayor superficie territorial, la capital de Ayabaca con 1,549.99 Km², seguidos de los distritos de Suyo y Pacaipampa con 1,084.40 y 981.50 Km², respectivamente.

Mapa 2.1: Ayabaca en el departamento de Piura–peru



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca.

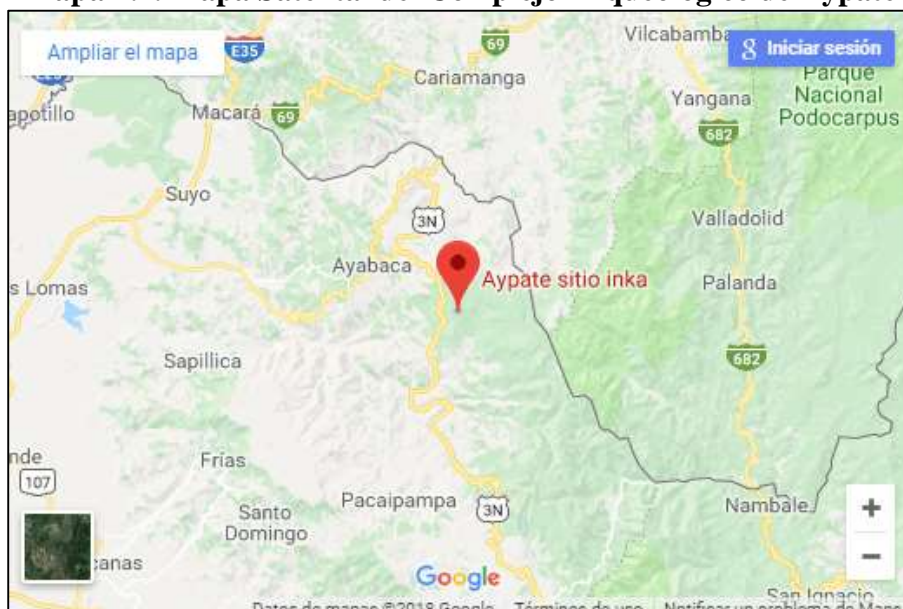
2.2.1. Atractivos Turísticos de Ayabaca

2.2.1.1. Atractivos arqueológicos

a) Complejo Arqueológico de Aypate⁸

Aypate fue descubierto por el doctor Italiano Mario Polia, en 1971, cuando era catedrático de la Universidad de Piura. Se encuentra ubicado en el caserio de Lagunas de Cnali, en la comunidad campesina de Tacalpo-Ayabaca; a una altitud de 2920 m.s.n.m; dista aproximadamente a 30 km de Ayabaca. Este Complejo Arqueológico es la única de las edificaciones Inca construida en piedra, que aún se conserva en el extremo norte peruano, ubicado en medio de un bosque de neblina, donde se encuentra la presencia de especies de aves, fauna endémica. Además cuenta con las exóticas orquídeas, bromelias, plantas medicinales, rapragueros, entre otros, que hacen mucho más atractivo al lugar.

Mapa 2.2. Mapa Satelital del Complejo Arqueológico de Aypate



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca.

⁸ Según Mario Polia en Los Guayacundos Ayahuacas: una arqueología desconocida Aypate proviene de una forma reconstruida del quechua Ayapata<aya muerto y pata terraza, explanada>; o de aypa “alcanzar”

Al complejo lo integran un conjunto de edificaciones distribuidas dispersamente, en un área cuyo radio es aproximadamente de dos kilómetros. Compuestos por una diversidad constructiva y arquitectónica, distribuidos en una concentración de edificaciones principales y áreas periféricas. En esta última se ubican construcciones domésticas y centros de acopio asociados directamente a las terrazas de cultivo, además de edificios de control y accesos principales que conducen directamente a la concentración principal.

La monumentalidad de Aypate está concentrada en la cima del cerro Aypate, que toma una posición hegemónica con relación al resto del conjunto. En esta terraza de aproximadamente 500 metros de largo por 300 metros de ancho, se distribuyen las edificaciones o conchus más importantes del asentamiento, distribuidos alrededor de una amplia plaza, que ocupa el único terreno llano del área. Al sudeste se encuentra el conjunto principal, el que está compuesto por recintos asociados a dos plazas, de uso posiblemente administrativo.

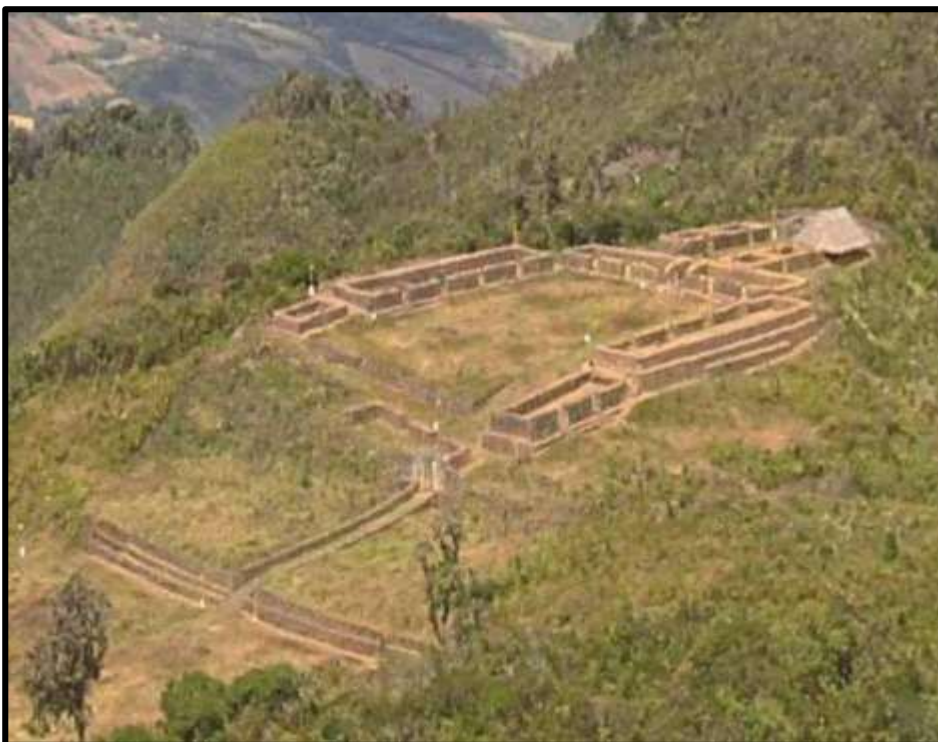
Al este, a 100 metros, del conjunto principal, en el mismo extremo de la terraza, se ubica un importante centro ceremonial, de forma tronco piramidal, conocida actualmente como Pirámide de la Luna.

Los Guayacundos Ayahuacas⁹ tenían por Apu al cerro Aypate en memoria a su fundador AipaAtiq “el que alcanza lo más alto” nombre que se le atribuyó merced a su gran sabiduría de gobernarse a sí mismo y saber dominar el medio en perfecta armonía hombre-naturaleza. Por su significación cultural, científica y turística para la región y el país, Aypate ha sido declarado por el Instituto Nacional de Cultura, mediante R.D. N° 042-96/INC-DP, como Capital Arqueológica del Departamento de Piura, del 26 de mayo de 1996.

⁹ Según Luis Valcárcel, la palabra “Guayacundo” es derivada de dos voces quechuas que son “waya” y “qontu”, que significa montón de fruta

Asimismo, mediante ACUERDO N° 042-2003-GRP-CR del Gobierno Regional Piura, el Complejo Arqueológico de Aypate ha sido declarado “Santuario Histórico Regional” y “Capital Arqueológica de la Región Piura”.

Figura 2.1. Complejo Arqueológico de Aypate



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca

Principales Edificaciones dentro del Complejo Aypate

- **QhapaqÑan O Camino Real Inca:** Este atraviesa al Complejo Arqueológico de Aypate. Los Guayacundos previa a la conquista por los incas ya constituían un nexo comercial y cultural entre las naciones del sur del Ecuador y Colombia como con las naciones amazónicas y costeras del norte del Perú; razón por la cual los incas mejoran el camino convirtiéndolo en la vía principal de integración septentrional andina entre Cajamarca y Quito.

Figura 2.2. Camino Real Inca



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca

- **Kallanca:** Es el espacio donde se daba posada o descanso a los principales curacas que venían de diferentes ayllus a recibir las nuevas directivas del Imperio.

Figura 2.3. Kallanca



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca

- **Ushnu:** Es el centro cultista dedicado a la Luna, en el cual se realizaban rituales a esta divinidad, relacionados directamente con la fertilidad de la tierra y de la mujer. En la terraza superior del ushnuse encuentra el pozo de ofrendas, outqu, donde los curanderos siguen echando sus ofrendas de perfumes, limas, tabaco, etc.

Figura 2.4. Ushnu



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca.

- **Acllahuasi:** También conocido como la casa de las escogidas, era el centro de producción artesanal. Estas doncellas eran educadas para el servicio del Inca, de las cuales tomaba alguna para esposa en los diferentes acllahuasis existentes en el Tahuantinsuyo.

Figura 2.5: Acllahuasi



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca.

- **Pozo de Ofrendas O Utqu:** Al centro de la plaza B del Complejo Arqueológico de Aypate se halla el pozo de ofrendas o *utqu* construido con bloques bien labrados de granito rosado. Mide 1.40 m. x 1.20 m. con una abertura de 58 cm. x 78 cm. y una profundidad de 60 cm.

El fondo del *utqu* está construido con una sola piedra que lleva una acanaladura para la salida del líquido. Esta canaleta sale hacia el exterior y desemboca en un pequeño canal de 12 cm. de ancho, cubierto con dos losas, que a 45 cm. del pozo termina en la tierra bajo el nivel del piso empedrado de la plaza.

Figura 2.6: Pozo de ofrendas Outqu



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca.

b) Petroglifos del Valle de Samanga

Ubicados en la Comunidad del mismo nombre, a 2300 m.s.n.m. A lo largo y ancho de este valle se encuentran diseminados los petroglifos de Samanga; los cuales muestran evidencias y rasgos chavinoides en varios casos, aunque sus consideraciones estilísticas y cronológicas están todavía en estudio.

Los monolitos donde están tallados los petroglifos fluctúan entre 1.20 a 8 metros, hallándose grabadas diversas representaciones, con predominios de distintas partes del cuerpo humano, en formas muy estilizadas, tales como rostro pies y manos. Asimismo, representaciones de animales. Y el tamaño de las representaciones fluctúa entre 90 a 90 centímetros.

Los Samangas atribuyen sus poderes a las fuerzas de la naturaleza a la cual rendían culto. Entre sus principales divinidades estaban el Sol, la Luna, el Rayo, la

Serpiente, la Huachuma (cactus del San Pedro); todos ellos representados en monolitos y petroglifos. El término “Samanga” traducido al español significa “Lugar en donde descansan las huacas”.

Figura 2.7: petroglifos del valle de samanga



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca

c) Señor de Olleros

En el año 1994, el Dr. Mario Polia realizó las excavaciones de estudio en el cerro Ahuayco (Ahuac = "tejer") en la comunidad de Olleros, donde se encontró la cámara funeraria del personaje de la clase privilegiada de Olleros. Esta tumba estaba sobre una loma cuya cima había sido cortada en la parte superior. En el interior de la doble fosa se hallaba enterrado el Curaca o Señor de Olleros con su acompañante y en otra fosa anexa lo acompañaban tres personajes más.

Es considerado un Jefe de la etnia pre inca Los Guayacundos que habitaron en esa zona del norte del Perú. Cuando fueron encontrados sus pocos restos, se pudo determinar

que su postura fue de la siguiente forma: las espaldas y nuca apoyadas en la pared oriental, el cuerpo tendido al suelo con los pies hacia la pared divisoria de la tumba (hacia el Oeste), las manos apoyadas al pecho. Tenía consigo varios tumis, cuchillos ceremoniales, manijas de estólicas, topes, hachas de cobre, varios juegos de pequeños cuchillos, campanillas decoradas; una coraza o unku, cubierta de láminas metálicas, llevaba puesto una corona formada de láminas de cobre aseguradas a una faja o wincha de lana. Contaba con aretes y ambos aretes estaba formados por un anillo de oro que pasaba por un disco de lámina de cobre dorado. Se encontró una nariguera de oro en forma semicircular con colgajos formados por discos de láminas de oro apoyada sobre el pecho; un collar con nudos a distancia, siguiendo una extraña progresión.

En la actualidad se encuentra en exposición en el Museo Vicús de Piura. El arqueólogo Mario Polía realizó las exploraciones a la zona, fue quien lo descubrió y dio a conocer (Información extraída del artículo de Sucesos, Piura, 23/08/1996).

Figura 2.8: señor de olleros



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca

2.2.1.2.Atractivos naturales

a) Lagunas Curativas de Ayabaca

Al este de la ciudad de Ayabaca, en la zona de páramos, alrededor de 3500 m.s.n.m. se encuentra una cadena de más de 100 lagunas entre las comunidades de Samanga, Huamba, Ambulco, San Antonio, Carrizal, Tapal, Yanta, etc. Continúa la cadena de lagunas al distrito de Pacaipampa.

Entre las lagunas tenemos la Prieta, la Cebada, Las Arrebiatadas, la Siete Poderes, etc., en donde los “chamanes” practican curaciones ancestrales, a través del conocimiento andino y el uso de plantas medicinales existentes en la zona. Estas Lagunas son de mucha importancia para la región y el país ya que en esta zona se encuentran las nacientes de los ríos de la región Piura.

Figura 2.9: Laguna la Cebada



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca.

b) Bosque de Neblina de Cuyas

Situado a 05 Km. aproximadamente al noroeste de la ciudad de Ayabaca, en la comunidad de Cuyas Cuchayo. Está ubicado entre los 2200 y 2900 m.s.n.m. en el Cerro de Chacas. Es un bosque de unas 600 Has. Su ambiente está caracterizado por una estacional cobertura de nubes al nivel de la vegetación. En este medio cohabitan más de 100 especies de aves, como la pava barbada o de monte, búho, etc.; mamíferos como el puma o león, el venado, el saíno de collar; orquídeas y bromelias.

Figura 2.10: Bosque de Neblina de Cuyas



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca.

c) Bosque de Aypate

El complejo arqueológico de Aypate está rodeado por un bosque en el que sobresale su flora silvestre como: orquídeas y bromelias, además de su fauna representada por la pava barbada, el tucán-andino pechigris, urracas, venados, entre otras especies.

Figura 2.11. Bosque de Aypate



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca.

d) Los Páramos Andinos

Los Páramos están ubicados al este de la ciudad de Ayabaca, a una altitud que varía entre los 3500 y 4000 m.s.n.m, centrándonos con una cadena de más de 100 lagunas curativas. Para llegar a ese destino desde Ayabaca, se emplean 7:5 horas (3 en movilidad y 4:5 en caballo, Aprox.), siguiendo la ruta Ayabaca, Espíndola, Bosque de Ramos, Laguna Prieta.

Los Páramos son ecosistemas de mucha importancia para la Región Piura por la calidad y cantidad de agua que proveen hacia los ríos de la costa. Además, por poseer

una biodiversidad única, belleza paisajística y por albergar especies endémicas para la zona, como es el oso de anteojos “*Tremarctus ornatus*” y tapir de montaña “*Tapirus pinchaque*”.

Figura 2.12: Bosque de Aypate



Fuente: Municipalidad provincial de Ayabaca.

2.3.PRINCIPALES VARIABLES SOCIO-ECONOMICAS

El año 2009 la pobreza total del distrito de Ayabaca alcanzaba al 69,4%¹⁰ de la población. Asimismo, la extrema pobreza para el mismo año fue de 27,1%. Si bien es cierto para el año 2011 no existen estadísticas real de la pobreza en el distrito de Ayabaca, esta vez se dispone de información del Programa de Naciones Unidas para el desarrollo, en el informe del PNUD¹¹ del año 2009 las provincias de Ayabaca y Huancabamba las ubican entre las provincias más pobres del Perú: Ayabaca en el ranking 184 de las provincias del Perú y Huancabamba en el 191.

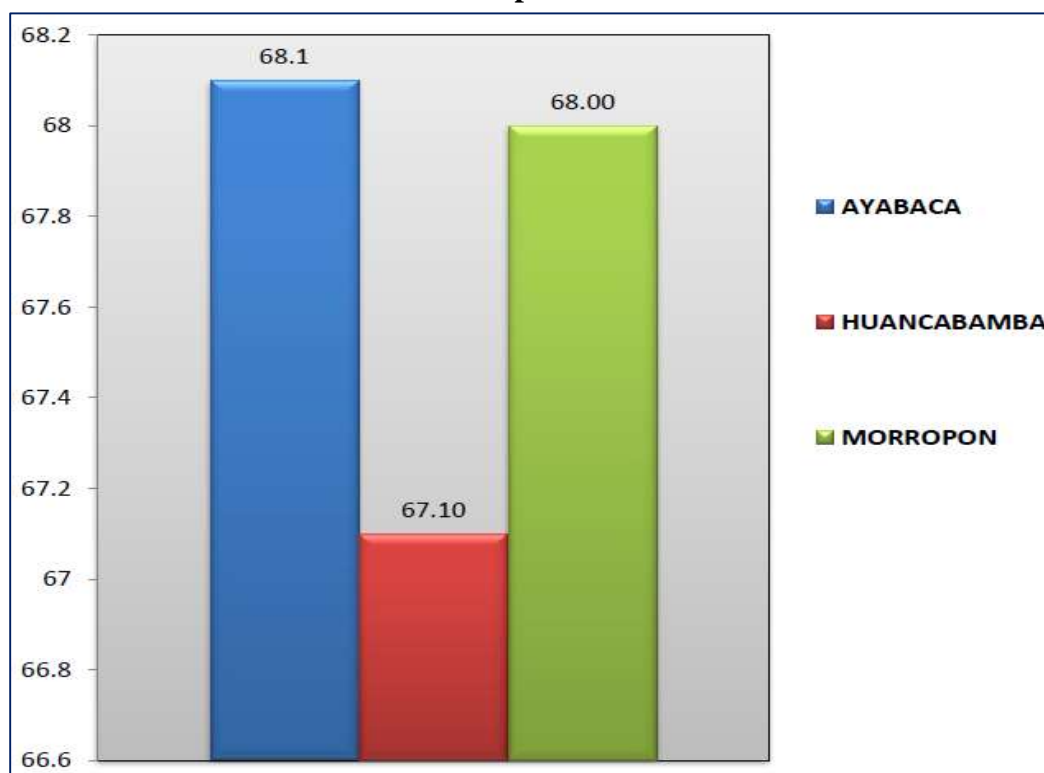
¹⁰ PERÚ: cifras de pobreza e indicadores; Mapa de pobreza distrital, INEI 2009

¹¹ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Según este informe la provincia de Ayabaca cuenta con un 78,6% de la población que vive en condiciones de pobreza. Lo que equivale a decir que de 138.403 habitantes; 108.785 personas vivían en estado de pobreza. Comparado con la pobreza a nivel nacional nos encontramos con una brecha de 43,8% muy, por encima de este indicador nacional de 34,8%¹².

El distrito de Ayabaca presenta que el 80,2% de la población tiene al menos una necesidad básica insatisfecha (según CEPAL¹³ NBI considera el acceso a la vivienda, acceso a servicios sanitarios, acceso a educación y capacidad económica).

Grafico 2.1: esperanza de vida en la Provincia de Ayabaca – Huancabamba– Morropon



FUENTE: INEI.Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda 2007.

Elaboración: Propia.

¹² Plan de Desarrollo Concertado 2021 Municipalidad distrital de Ayabaca.

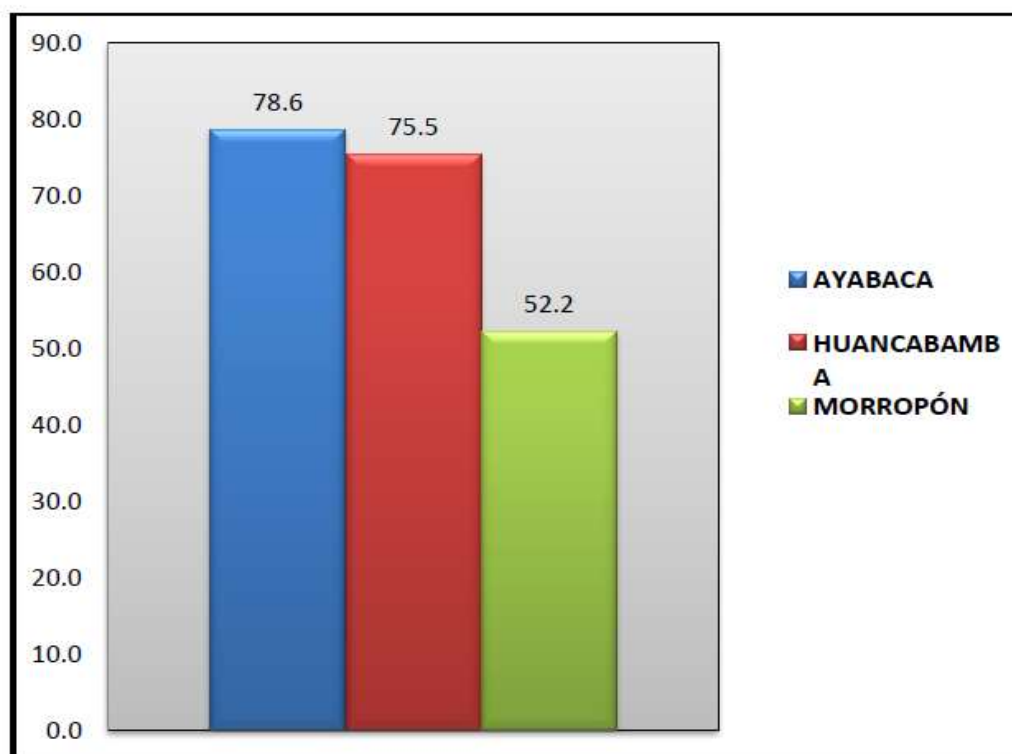
¹³ Según “La medida de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) como instrumento de medición de la pobreza focalización de programas” – Oscar Fresneda – 2007

Según el censo nacional de población y vivienda de las tres provincias de la serranía piurana, Ayabaca es la provincia que tiene mayor esperanza de vida; seguida por Morropón dejando en último lugar a la provincia de Huancabamba con 67,1%.

2.3.1. Indicadores de Pobreza

El instituto nacional de estadística (INEI) considera diversos indicadores para determinar la pobreza; en este caso se tomara los más relevantes, así mismo se hará una breve comparación con otras provincias de la serranía Piurana, como Huancabamba y Morropón.

Grafico 2.2: incidencia de la pobreza total. Provincia

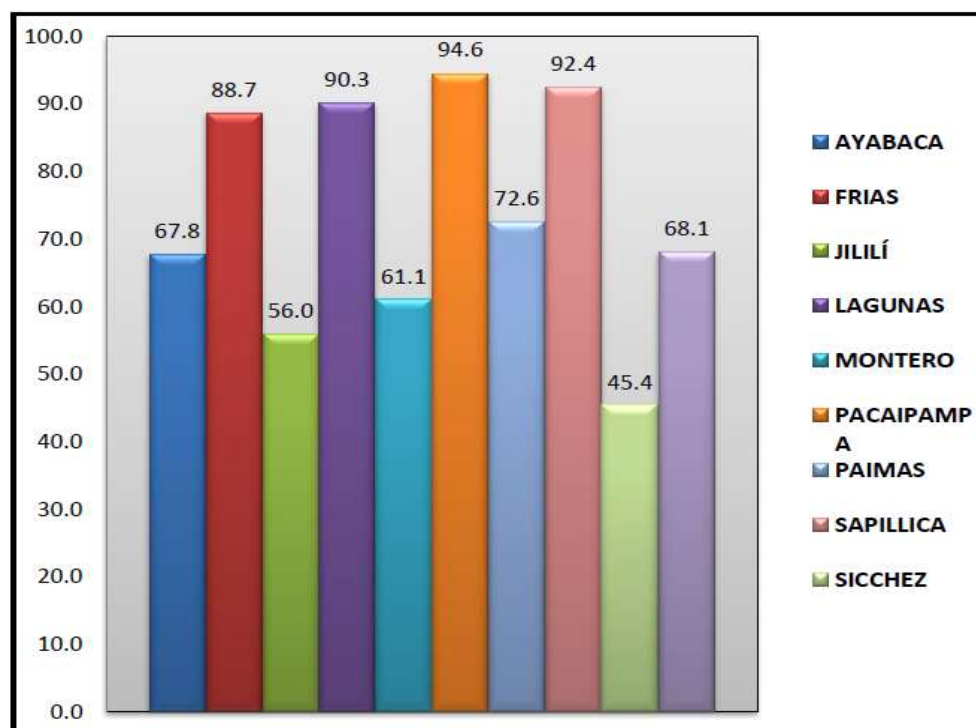


FUENTE: INEI.Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda 2007.
Elaboración propia.

La provincia con más incidencia de pobreza es Ayabaca, aunque con una ligera diferencia de la provincia de Huancabamba; sin embargo estas cifras no dejan de ser

alarmantes debido a que más del 60% de la población de estas provincias es pobre. Además tiene un 50,3% de pobreza pero a diferencia de las provincias antes mencionadas esta incidencia si tiene una considerable diferencia; a pesar de esto la pobreza supera el 50%.

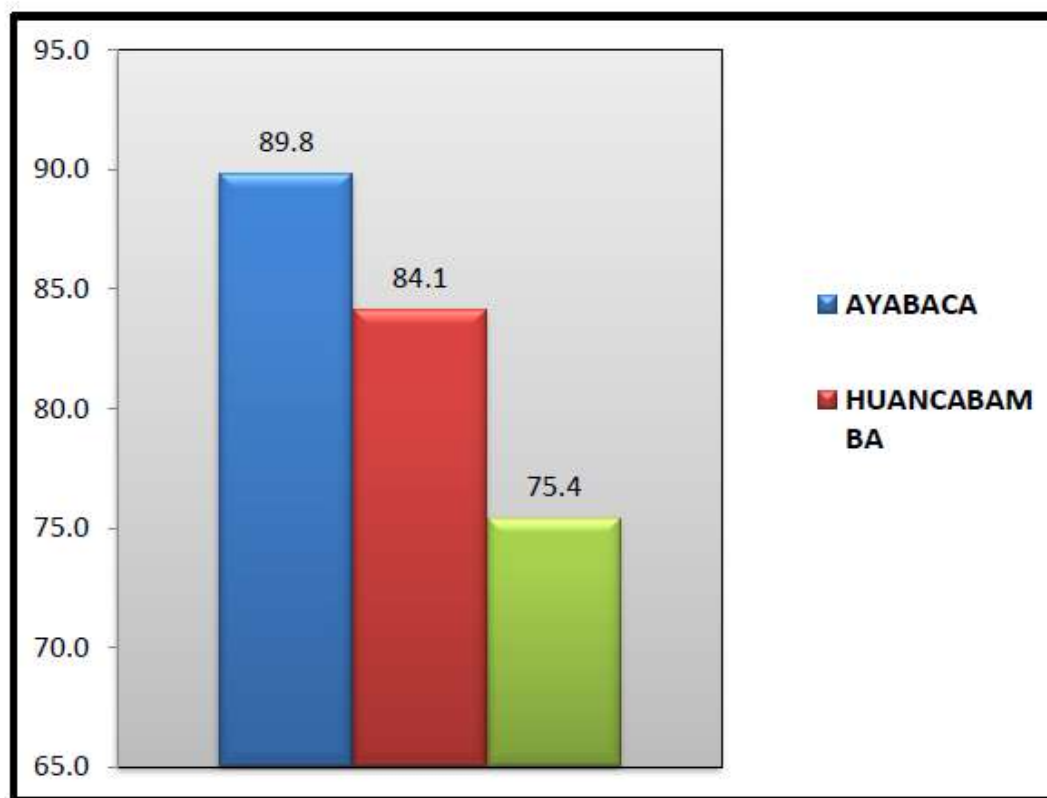
Grafico 2.3: incidencia de la pobreza total.provincia de Ayabaca a nivel distrital



FUENTE: INEI.Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda 2007.
Elaboración propia.

De los 10 distritos que la provincia de Ayabaca, podemos observar que el distrito que tiene más del 90% de su población en estado de pobreza es Pacaipampa seguido por el distrito Sapillica a pesar de la fiebre del oro que se vive en dicho distrito; así mismo podemos verificar mediante este gráfico que el distrito de Ayabaca ocupa el séptimo lugar en cuanto a incidencia de la pobreza. Cabe resaltar que el distrito con menos pobreza es Sicchez con un 45,4%.

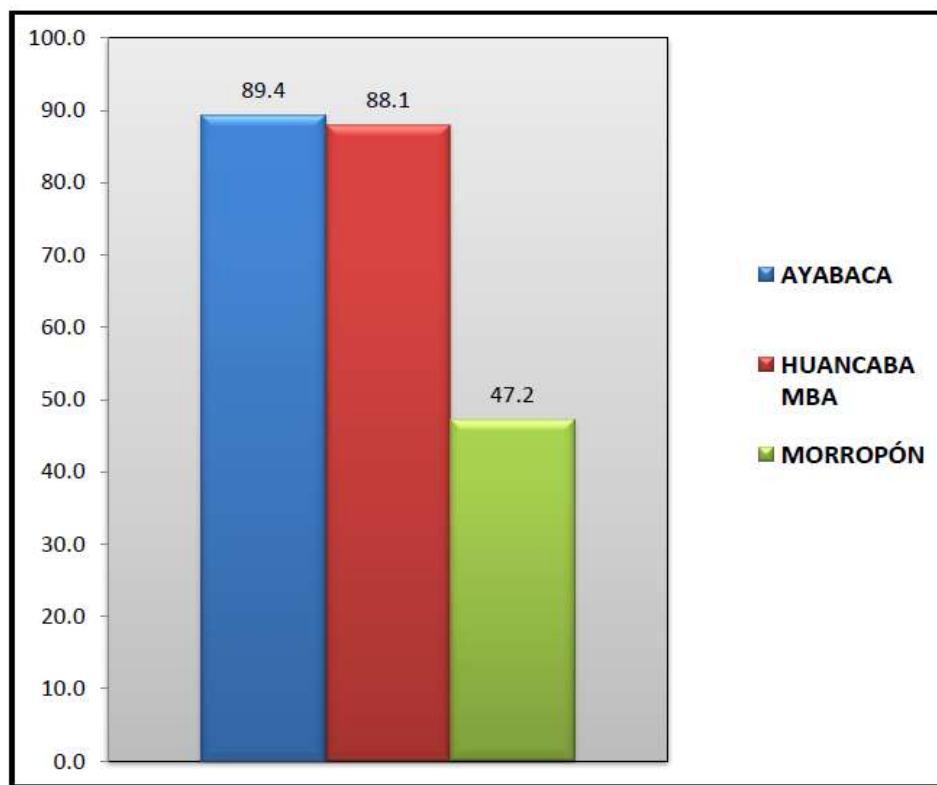
Grafico 2.4: Poblacion con una necesidad basica insatisfecha. -distrito de Ayabaca–Huancabamba–Chulucanas



FUENTE: INEI.Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda 2007.
Elaboración propia.

Como lo muestra el Gráfico N° 2.4, el distrito de Ayabaca es el que presenta mayor población con al menos una necesidad básica insatisfecha; siendo el distrito de Chulucanas el que presenta menos población con una NBI.

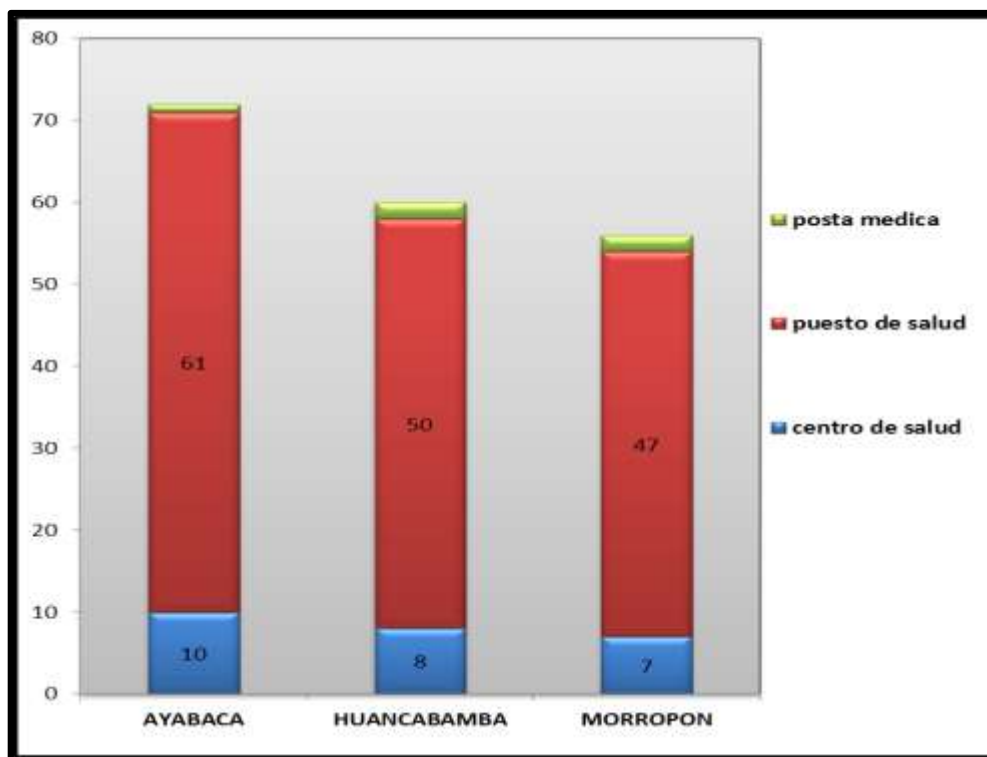
Grafico 2.5: Poblacion que no tiene acceso a servicio de agua dentro de la vivienda.- prov. Ayabaca – huancabamba –morropon



FUENTE: INEI.CensosNacionales: XI de poblaciónyVide Vivienda 2007.
Elaboración propia.

La población perteneciente a la provincia de Ayabaca en su mayoría no cuenta con el servicio de agua potable, siendo casi el 90% de la población no cuenta con dicho servicio; seguido por la provincia de Huancabamba con un 88,1%; así mismo Morropón es la provincia de la serranía piurana que más ha avanzado con respecto a este servicio, sin embargo aún hay mucho por hacer.

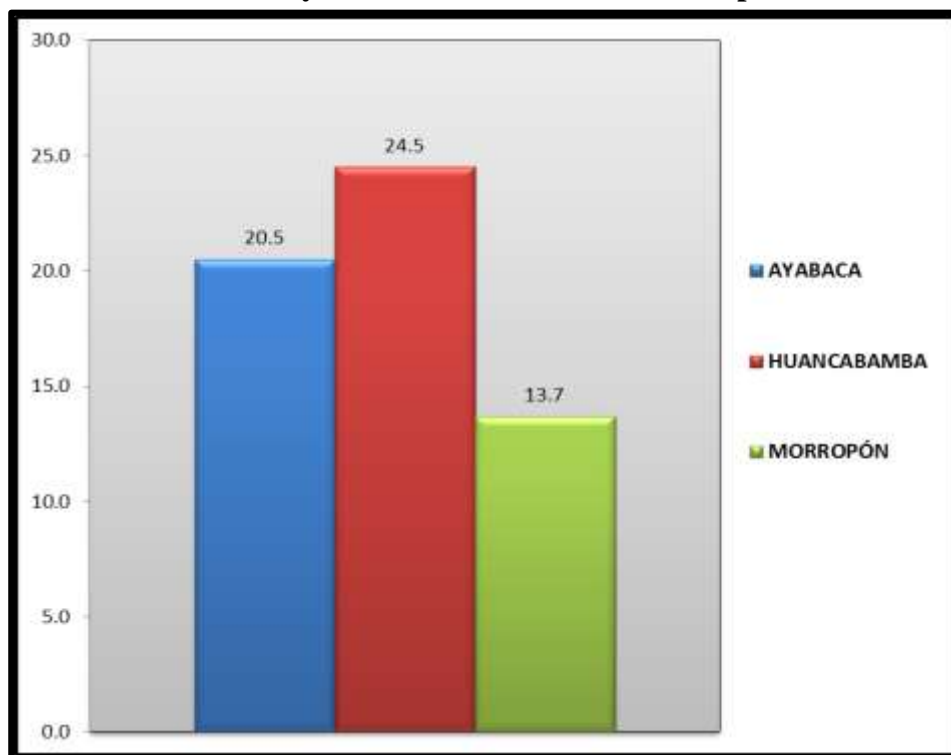
**Grafico 2.6: Establecimientos de salud, por tipo.provincias
Ayabaca–Huancabamba–Morropon**



FUENTE: INEI.Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda 2007.
Elaboración propia.

Como se puede apreciar en el gráfico N° 2.6 la provincia de Ayabaca es la que tiene más establecimientos de salud, sobre todo más puestos de salud seguido por centros de salud cabe resaltar que ninguna de estas provincias tiene un hospital. Sin embargo la provincia de Morropón es la que menos establecimientos de salud tiene.

**Grafico 2.7: tasa de analfabetismo de personas de 15 a más años de edad.-prov.
Ayabaca–Huancabamba – Morropon**

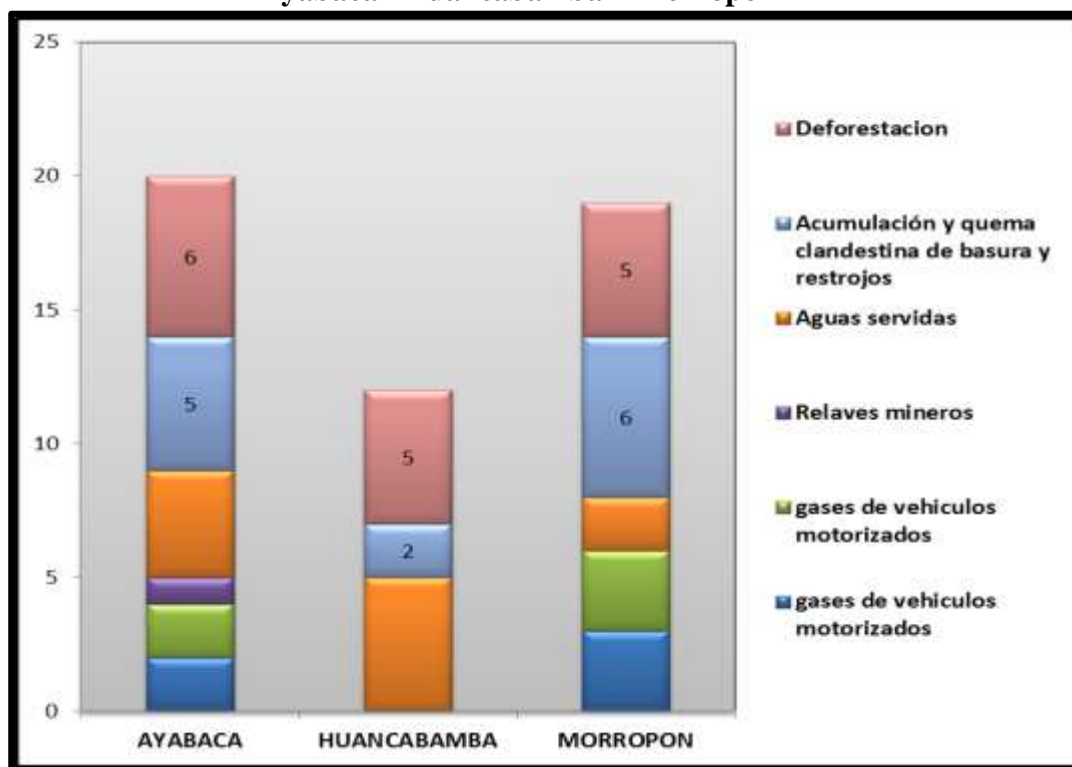


FUENTE: INEI.Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda 2007.
Elaboración propia.

Con respecto a la tasa de analfabetismo de personas de 15 a más años de edad, la provincia de Ayabaca a diferencia de la provincia de Huancabamba, tal como lo muestra el Gráfico N° 2.7, tiene una tasa con una diferencia de casi un 7%, pero este dato sigue siendo poco alentador con respecto a la tasa de analfabetismo que presenta la provincia de Morropón.

2.3.2. Indicadores Ambientales

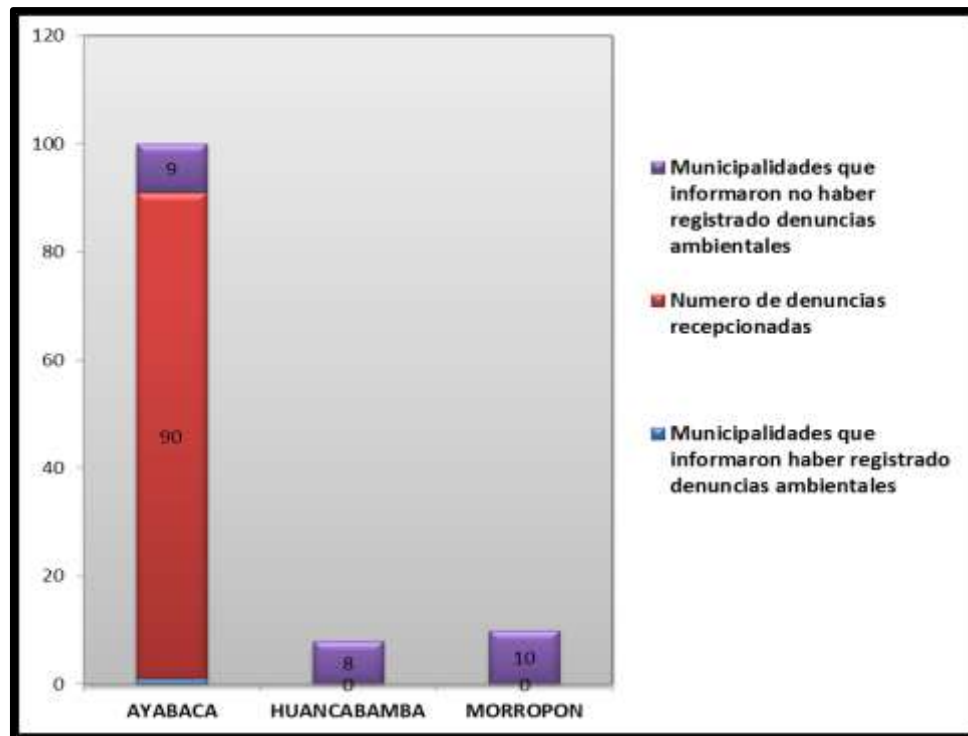
**Grafico 2.8: Fuentes que originan la contaminación ambiental.-prov.
Ayabaca –Huancabamba – Morropon**



FUENTE: INEI.Censos Nacionales: XI de Población y VI de Vivienda 2007.
Elaboración propia.

La fuente que origina más contaminación ambiental es la deforestación que está afectando a toda la zona de la sierra piurana principalmente la provincia de Ayabaca; seguida por la acumulación y quema de basura. Ayabaca actualmente presenta una nueva fuente de contaminación que son los relaves mineros. Las aguas servidas son otra fuente de contaminación que aqueja a toda la sierra piurana.

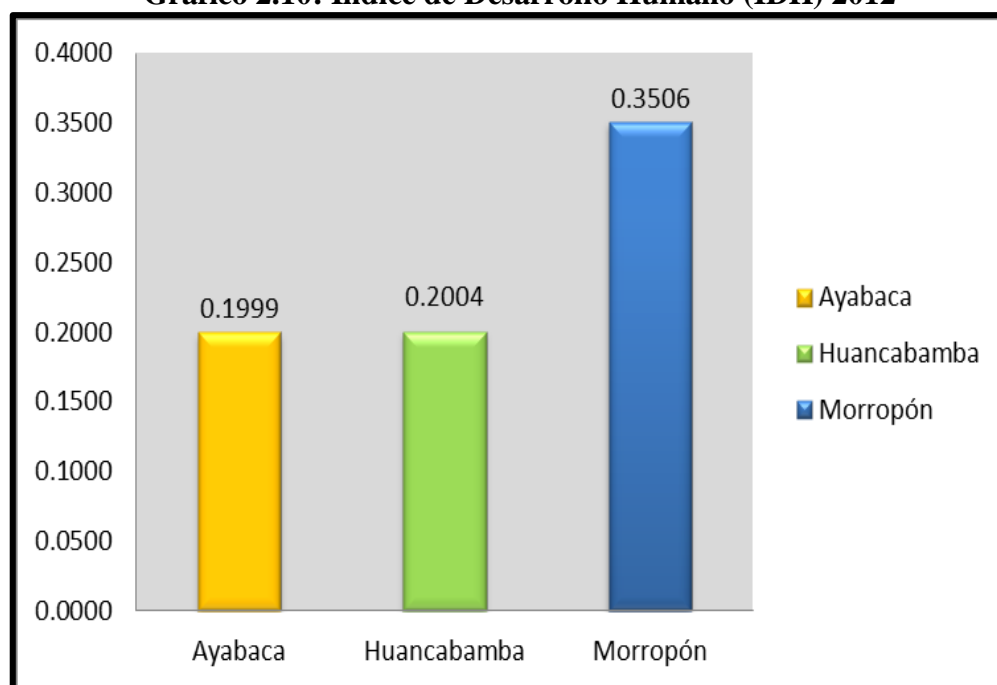
**Grafico 2.9: Denuncias ambientales registradas prov.
Ayabaca–Huancabamba–Morropon**



FUENTE: INEI.Censos Nacionales: XI de Población yVI de Vivienda 2007.
Elaboración propia.

La municipalidad provincial de Ayabaca es la que mayores denuncias por contaminación ha recepcionado, a diferencia de las otras municipalidades que no han recepcionado ninguna llamada.

Grafico 2.10: Índice de Desarrollo Humano (IDH) 2012¹⁴

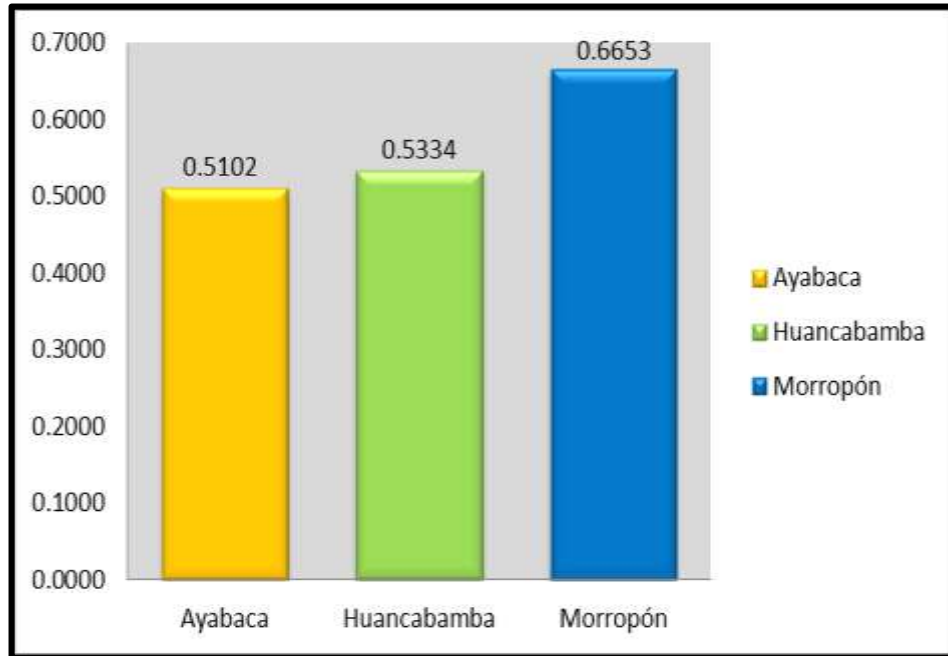


FUENTE: PNUD-Perú.
Elaboración propia

Las tres provincias serranas de la región Piura tiene un IDH infimo donde Ayabaca es el que tiene el IDH mas bajo con 0.2 aproximadamente siendo este el que se encuentran alejado de 1 por lo que se concluye que es la provincia menos desarrollada.

¹⁴Re-Calculado según la nueva metodología, PNUD (2010)

Grafico 2.11: Índice de Densidad del Estado 2012



FUENTE: PNUD-Perú.
Elaboración propia

Según el PNUD, Ayabaca tiene un índice de densidad del estado de 0.5102 lo que significa que tiene fallas en algunos indicadores tales como: el número de personas indocumentadas, carencia de médicos por habitantes, una elevada inasistencia a secundaria de 12 a 16 años, carencia de servicios de agua potable y alcantarillado y por último viviendas sin alumbrado.

2.4.IDEAS FUERZA

- 1) Ayabaca, provincia serrana del departamento de Piura, posee un elevado potencial turístico. El complejo arqueológico de Aypate, los Petroglifos de Samanga, el señor de Olleros son parte del potencial turístico que posee este distrito serrano.
- 2) Cabe mencionar que los atractivos naturales que posee este distrito son: bosque de Cuyas, la cadena de más de 100 lagunas que están distribuidas en las diferentes comunidades campesinas del distrito, el bosque de Aypate, es otro atractivo natural,

el cual rodea todo el complejo arqueológico de Aypate, así como también, los páramos andinos, siendo de vital importancia para la región Piura por la calidad y cantidad de agua que proveen hacia los ríos de la costa.

- 3) Ayabaca a pesar de poseer una riqueza arqueológica y natural como recurso turístico, mantiene una pobreza elevada la cual se ve en la incidencia de pobreza con más del 75% de pobres en esta provincia, además de ser este el más alto índice si se compara con las provincias de Morropon y Huancabamba.

CAPITULO 3: MARCO TEORICO

En este capítulo el objetivo central será la discusión de la terminología básica de acuerdo al concepto de valoración económica, turismo tanto arqueológico como natural así mismo se discuten cuatro teorías con las cuales se pretende sustentar la valoración económica del patrimonio arqueológico y natural de la provincia de Ayabaca.

3.1. DESARROLLO LOCAL

3.1.1. Definicion de Desarrollo Local

El concepto de desarrollo ha sido abordado desde diversas perspectivas, por lo que las distintas áreas y autores complican el consenso sobre su definición. Se ha visto como “proceso de transformación y promoción social, económica o cultural” o como “la mejora de los procesos de comunicación para lograr una mayor inteligencia social” (Llobera, 2001).

Por otra parte el espacio local ha sido considerado, por muchos autores, el lugar donde comenzar a solucionar los problemas para conseguirlo de manera efectiva a escala global. Es la parcela en la que los esfuerzos de planificación y organización deben ser aplicados. Por lo tanto, el espacio local es la zona desde la que se debe construir una base sólida de desarrollo, que permita extrapolarlo a un ámbito cada vez mayor. Esta premisa conduce a considerar que este espacio local está compuesto por ámbitos diversos. Lo conforman redes sociales, actitudes políticas, territorio, dinámicas etc., que puede generar un sistema bien organizado.

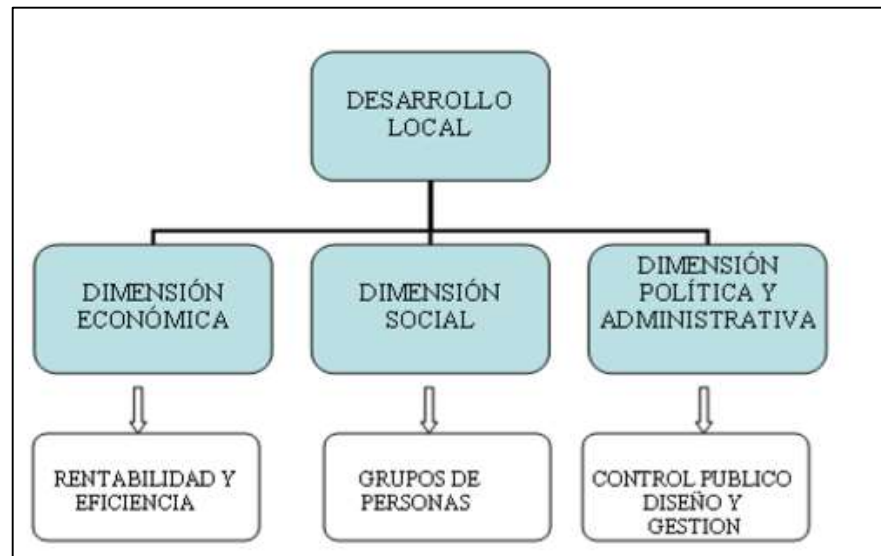
Lo “local”, referido al desarrollo es una dimensión que supera la territorialidad geográfica, es relevante en la medida que afecta a un “espacio de convivencia” en el que se construyen las relaciones humanas (Valdizán, 2007). Esta dimensión se asume como proceso cuando se opta por una acción intencional de desarrollo para lograr una identidad.

El desarrollo dentro de lo local, antes mencionado, se puede entender como la oportunidad para recibir nuevas influencias y trasladar experiencias.

En ese sentido, a nivel general, el desarrollo local pretende situar como punto central al ser humano y a los intereses colectivos, potenciando en su esfera diaria las capacidades de los individuos. Es un enfoque y una práctica que persigue impulsar el desarrollo endógeno, la auto-organización y el bienestar social, para lo que requiere tanto de la participación colectiva como de la intervención individual. Desde el punto social se podría tomar como una dinámica que evidencia la eficacia de las relaciones (no exclusivamente mercantiles) entre las personas para poner en valor las riquezas de las que dispone (Pecqueur & Colletis, 1995).

En este contexto, Vázquez (1988), define el desarrollo local como un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población local, en el que se pueden diferenciar tres dimensiones: una económica, en la que los empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados; otra sociocultural, en que los valores y las instituciones sirven de base al proceso de desarrollo; y, finalmente, una dimensión político-administrativa en que las políticas territoriales permiten crear un entorno económico local favorable, protegerlo de interferencias externas e impulsar el desarrollo local”.

Grafico 3.1. Estrategias del Desarrollo Local



Fuente: Palacios (1999)

Teniendo en cuenta dichos conceptos, a continuación se explica las principales teorías de desarrollo local.

3.1.2. Teoría de la Base Económica Regional

La teoría de la base económica sostiene que las actividades no básicas y por tanto la producción para el mercado local solo puede aumentar si se incrementa el ingreso local y este solo puede crecer si la demanda total externa de la producción exportable crece y por tanto las actividades básicas, de modo que el cambio exógeno necesariamente solo puede ocurrir en el sector Exportador (Tello, 2006).

La dotación de factores de una región se ve cada vez más afectada por fuerzas exógenas, por lo que para propiciar un desarrollo regional competitivo y armónico, es necesario la creación de un nuevo conocimiento que debe ser orientado y desarrollado desde la perspectiva de estados de la región y vinculado a circuitos económicos internacionales¹⁵. De acuerdo a Porter (1990), se requiere “pensar globalmente y actuar

¹⁵ La economía neoclásica y la economía del desarrollo siguen la senda de Adam Smith y consideran que el comercio y los flujos internacionales de capital y trabajo generan un beneficio mutuo para países ricos y países en desarrollo. Cada grupo de países se beneficia de sus ventajas comparativas en el comercio internacional, obteniendo más producción y consumo que en autarquía

localmente”, para lo cual se debe identificar los sectores económicos que han generado mayor ventaja competitiva basada en una comparativa para poder impulsarlos, teniendo como objetivo, el desarrollo regional.

Superando a la Teoría de David Ricardo, que planteaba que el comercio era beneficioso para los países debido a sus diferencias y dotaciones, Krugman, (1979)¹⁶ desarrolla, además, un modelo en el cual tanto las ventajas comparativas como las economías de escala pueden dar origen al comercio entre dos países. Desde entonces muchos modelos han tomado como base la estructura de mercado, de competencia imperfecta para estudiar el comercio internacional y sus implicancias sobre la economía, dando origen a un nuevo enfoque del comercio internacional.

Estos escritos son los que han dado fundamento a un desarrollo de la Teoría de la Base Económica Regional, que plantea que el crecimiento regional es determinado fundamentalmente por lo que define como las actividades básicas regionales, que no son más que sectores de producción de bienes y servicios para exportación a otras regiones o países, dado que el crecimiento de aquellas actividades “no básicas” (orientadas al mercado local) depende del ingreso generado en las primeras. Según esta perspectiva, una expansión inicial de las exportaciones estimula en gran medida a toda la región, por la acción del multiplicador de la renta. Estas ventajas, a su vez, refuerzan la competitividad del sector exportador, todo lo cual se traduce en un factor de atracción de trabajadores y capital productivo proveniente de otras regiones, para sostener la continua expansión. Se genera así un proceso de causalidad circular en el crecimiento.

Se establece de esta forma una relación causal unidireccional entre demanda externa y crecimiento económico regional; la demanda exterior y sus diferentes desagregaciones sectoriales, se define como la variable exógena del modelo, que incide en el crecimiento regional a través de sus impactos multiplicadores, cuya importancia depende de la interacción de esta variable con las endógenas.

¹⁶ Según “Rethinking International Trade (Introducción)”, citado en Paul Krugman– 1979

3.1.3. La Existencia de Economías Externas (externalidades) y de Aglomeración

Las externalidades son rigideces del mercado donde los impactos, positivos y negativos, no están reflejados en los precios, es decir, los beneficios los llevan terceros y los costos los incurren terceros y como ni los beneficios ni los gastos están reflejados en los precios, el desarrollo del equilibrio económico los excluye impidiendo la aproximación al Optimo de Pareto (Bigné, Font & Andreu; 2000).

La existencia de externalidades puede hacer que el modelo de competencia perfecta no optimice el bienestar social al no tener en cuenta estos efectos. A veces el propio sector privado puede resolver por sí mismo un problema de externalidades. Por ejemplo, si un edificio histórico de propiedad privada genera un flujo de turismo que beneficia a otros negocios del entorno (hoteles, restaurantes, tiendas, etc.) es posible que el propietario de dicho edificio y los comerciantes de la zona lleguen a un acuerdo para compartir los costos de conservación del mismo.

No obstante, el acuerdo privado no siempre es posible, especialmente cuando son muchas las partes implicadas dada la dificultad de negociar y poner de acuerdo tantos intereses. Por lo que el estado puede intervenir:

- a) Regulando las actividades (prohibiendo o promoviendo determinadas actuaciones, según generen externalidades negativas o positivas). Por ejemplo, puede obligar al cierre de bares y discotecas a partir de cierta hora de la noche, puede prohibir el ejercicio de actividades contaminantes o peligrosas cerca de núcleos urbanos, etc.
- b) Estableciendo correctores (subvenciones o penalizaciones), de modo que el impacto económico de las externalidades afecte directamente a la parte que la origina y por lo tanto la tenga en cuenta a la hora de tomar sus decisiones.

3.1.4. Teoría Neoclásica del Desarrollo Regional

El problema de la asignación y distribución de los resultados en una economía de mercado en la teoría neoclásica es que en dicha asignación o distribución no se distinguen las regiones o áreas geográficas.

En consecuencia, los conceptos de dicha teoría pueden aplicarse indistintamente a nivel de países, regiones, y áreas locales¹⁷. Las diferencias en desarrollo regionales o entre áreas geográficas dentro de una economía de acuerdo a la teoría neoclásica se explican por las barreras existentes causadas por las intervenciones de los diferentes estamentos del gobierno y por las distorsiones del mercado existentes en regiones.

En ausencia de estas barreras y distorsiones, los flujos interregionales de factores móviles y de bienes y servicios conllevan a la convergencia en:

- Los retornos de los factores.
- La tasa de crecimiento y el nivel de PBI de las regiones.

3.1.5. Teoría de las Ciudades Interiores¹⁸

Una segunda aplicación del concepto de competitividad expuesto por Porter (1991) es en el desarrollo de los “distritos interiores”¹⁹ a las ciudades grandes con menores o bajos niveles de desarrollo. Porter argumenta que el desarrollo de estos distritos no requiere de caridades, o de incentivos artificiales por parte del gobierno. Todo lo contrario, requiere el desarrollar las ventajas competitivas y negocios que induzcan al desarrollo.

De acuerdo a Porter, las principales ventajas de los distritos interiores en los Estados Unidos son:

¹⁷ El modelo de la base económica bajo la perspectiva de la teoría neoclásica ha sido elaborado por McGregor, McVittie-Swales-Ping Yin (2000).

¹⁸ Según lineamientos para el diseño de un plan estratégico de desarrollo regional en el área de influencia del Corredor Melgar-Cajamarca-2011 por Jaime Francisco Lozano Restrepo

¹⁹ Distritos interiores (‘innercities’) llamados también “mercados nuevos”. Estrategia Competitiva (1980).

- Localización estratégica (alrededor de distritos más grandes y ricos).
- La potencial demanda local no explotada por los negocios de los propios distritos interiores.
- La integración con clúster regionales (existentes en los distritos vecinos a los distritos interiores).
- Los recursos humanos.

3.2. TURISMO Y DESARROLLO

3.2.1. Concepto de Turismo

La Organización Mundial del Turismo (1998) establece que el turismo se refiere a “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

3.2.2. Turismo Justo y Sostenible

3.2.2.1. Turismo Justo²⁰

Se entiende por turismo justo y responsable todas aquellas experiencias turísticas que aportan, tanto a los propios destinos como a su población local, una distribución eficiente y equitativa de los beneficios generados por dicha actividad; y al viajero una experiencia que va más allá del simple disfrute y que adquiere una mayor dimensión. De hecho, el viajero toma una mayor conciencia e implicación con el destino y los anfitriones, se interrelaciona mucho más con los problemas locales, participa activamente y fomenta la sostenibilidad y la cooperación. Aunque la demanda es todavía minoritaria, diferentes estudios apuntan que se trata de un turismo creciente.

²⁰ Según Manual del turismo sostenible: Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable, Universidad de la Rioja, España. Pérez H. 2003

3.2.2.2. Turismo Sostenible

Según la Organización Mundial del Turismo (2004), los principios que definen el turismo sostenible son:

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
- La calidad ambiental se mantiene y mejora.
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

3.2.2.3. Tipos de Turismo en el Espacio Local

Para Pérez (2003) existe una Aplicación del turismo en los espacios locales y sectores del turismo:

a) El turismo de sol y playa tradicional.

- Desde el punto de vista económico: en principio parece todo un éxito (puesto de trabajo, desarrollo) pero puede desembocar en una gran inflación además de acercar a la localidad los problemas de las grandes urbes.
- Desde el punto de vista social: desarrollo económico de la zona. Incremento de la delincuencia, ruidos, drogas.
- Desde el punto de vista ambiental: cuidado de las playas, monumentos, tradiciones... pero tiene grandes costes medio ambientales como destrucción de ecosistemas, gran consumo de suelo, recursos naturales.

b) Turismo de sol y playa toda incluida

- Desde el punto de vista económico: está claro que este es un sector que funciona muy bien, ya que cada vez se extiende más por todo el mundo.
- Desde el punto de vista social: la gente local también se tiene que beneficiar para que a este se le pueda llamar también sostenible.
- Desde el punto de vista ambiental: necesita grandes extensiones para su construcción, debería de respetar las construcciones autóctonas, gran consumo de agua, energía.

c) Turismo Rural

Es el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en contacto con la naturaleza, la vida en el campo o en pequeña poblaciones rurales

- Desde el punto de vista ambiental: hay que saber aunar las nuevas tecnologías y las tradiciones y además encontrar un equilibrio entre ambos.
- Desde el punto de vista económico: el turismo rural es más una compensación de rentas que un negocio en sí, pero esto ha ido cambiando pero aun así tiene un gran problema que es la estacionalidad de las visitas.
- Desde el punto de vista social: al ser un turismo no masificado no suele presentar grandes problemas.

d) Turismo Deportivo

Se denomina como tal al turismo que se mueve específicamente para la realización de una actividad deportiva, sea la que sea.

- Desde el punto de vista social: es primordial el comportamiento de los turistas, y es fundamental la responsabilidad de los empresarios.
- Desde el punto de vista económico: existe una estacionalidad en algunas prácticas deportivas, y también hay un riesgo del monocultivo turístico.
- Desde el punto de vista ambiental: depende de la sensibilización de los turistas con el medio, y de la capacidad de carga del medio.

e) Ecoturismo

Es el viaje medio ambientalmente responsable, a áreas relativamente poco alteradas, para disfrutar y apreciar la naturaleza a la vez que se promueve su conservación tiene un bajo impacto ambiental y proporciona un beneficio socioeconómico a la población local. El ecoturismo de calidad es el que:

- Desde el punto de vista social: el ecoturismo suele estar bien visto por la población local, siempre y cuando no sea masificado.
- Desde el punto de vista económico: el ecoturismo es la fuente principal de ingresos de muchos países en vías de desarrollo, que han visto a esta actividad como una forma de conservar su naturaleza a la vez que obtienen importantes recursos.
- Desde el punto de vista ambiental: el ecoturismo suele ser un tipo de turismo muy efectivo para la conservación de la naturaleza. Aplicar el desarrollo turístico de una manera sostenible, siempre será un reto para los planificadores, ya que concienciar y educar a la sociedad son tareas que los gobiernos están en el procesos de implantación. Es muy difícil cambiar la ideología de un pueblo respecto al uso que le da a sus recursos pero con la correlación del gobierno y la iniciativa privada esto podrá ser posible en un futuro no muy lejano.

3.2.3. El Producto Turístico Total

El producto turístico total es la suma de todos los servicios que un turista recibe desde que sale de su domicilio hasta que regrese a él. Siendo los factores que influyen en este producto turístico: Transporte, alojamiento, organizadores de viajes y atracciones. Es por gustos y preferencias que el sector del turismo reúne características específicas del mismo que contribuyen a la diferenciación del resto de las empresas.

- Intangibilidad: no se puede tocar.
- Inseparabilidad: producción y consumo son simultáneos.
- Variabilidad: dependen del personal que los suministra.
- Caducidad: no se almacenan.
- Estacionalidad : existen fluctuaciones de la demanda
- Interdependencia: el producto total está compuesto de varios específicos.

3.3. PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL

La interpretación del patrimonio natural y cultural es un proceso que puede contribuir muy favorablemente a la conservación y a la sostenibilidad, orientando y sensibilizando a las personas que visitan lugares patrimoniales. Es, además, una vía hacia la recuperación de saberes, el fortalecimiento de las identidades y el encuentro intercultural. Y un apoyo para la gestión y el cuidado del patrimonio, con enfoque participativo.

3.3.1. Patrimonio Cultural²¹

El patrimonio cultural representa una larga experiencia de modos originales e irrepetibles de estar en el mundo, y representa la evolución de las comunidades iberoamericanas y, por ello, constituye la referencia básica de su identidad.

²¹ Carta Cultural Iberoamericana XVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno. Montevideo, Uruguay, 2006.

El patrimonio cultural, comprende elementos materiales (monumentos, sitios arqueológicos, cerámicas, pinturas, esculturas, manuscritos y otros) y elementos inmateriales (o intangibles) provenientes de la práctica y el intelecto colectivos (cosmovisiones, saberes, tradiciones orales, artes del espectáculo, rituales, técnicas artesanales y otros).

La protección del patrimonio cultural a través de su reconocimiento, transmisión, promoción, y el cumplimiento de medidas adecuadas necesitan de la participación de la sociedad en su conjunto y es responsabilidad esencial del poder público. Con el objeto de reconocer y de proteger el patrimonio cultural iberoamericano, se promueve la cooperación para evitar la exportación y el tráfico ilícito de bienes culturales, así como para recuperar los bienes ilegalmente exportados.

3.3.1.1. Patrimonio Cultural de la Nación²²

Se entiende por bien integrante del Patrimonio Cultural de la Nación a toda manifestación del quehacer humano –material o inmaterial- que por su importancia, valor y significado paleontológico, arqueológico, arquitectónico, histórico, artístico, militar, social, antropológico o intelectual, sea expresamente declarado como tal o sobre el que exista la presunción legal de serlo. Dichos bienes tienen la condición de propiedad pública o privada con las limitaciones que establece la presente Ley.

Nuestro patrimonio cultural es muy vasto y diverso; protegerlo es deber y derecho de todos. Para asegurar su conservación es indispensable la participación de especialistas en diversos ámbitos. Buscando facilitar su estudio y conservación, se ha dividido el patrimonio cultural en diferentes categorías:

- a) Patrimonio material inmueble:** se refiere a los bienes culturales que no pueden trasladarse y abarca tanto los sitios arqueológicos (huacas, cementerios, templos, cuevas, andenes) como las edificaciones coloniales y republicanas.

²² Ley N° 28296, General del Patrimonio Cultural de la Nación.

- b) **Patrimonio material mueble:** incluye todos los bienes culturales que pueden trasladarse de un lugar a otro, es decir, objetos como pinturas, cerámicas, orfebrería, mobiliario, esculturas, monedas, libros, documentos y textiles, entre otros.

Dependiendo de la época en que fue creado, el patrimonio mueble como inmueble se divide en dos grandes categorías: patrimonio arqueológico, que son básicamente los bienes culturales provenientes de la época prehispánica; y patrimonio histórico, que son aquellos fechados a partir de la llegada de los españoles.

- c) **Patrimonio inmaterial:** se refiere a lo que llamamos cultura viva, como lo es el folklore, la medicina tradicional, el arte popular, las leyendas, la cocina típica, las ceremonias y costumbres, etc. Se trata de los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, asociados a los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son propios, que son transmitidos de generación en generación, a menudo a viva voz o a través de demostraciones prácticas.
- d) **Patrimonio cultural subacuático:** son todos los vestigios de la existencia humana con carácter cultural, histórico y arqueológico, que han estado total o parcialmente sumergidos en el agua, en forma periódica o continua, por lo menos durante 100 años.
- e) **Patrimonio industrial:** se refiere a todos los bienes inmuebles y muebles adquiridos o producidos por una sociedad en relación a sus actividades industriales de adquisición, producción o transformación; a todos los productos generados a partir de estas actividades, y al material documental relacionado.
- f) **Patrimonio documental:** como lo indica su nombre, se refiere básicamente a la documentación que se conserva en archivos e instituciones similares.

El patrimonio bibliográfico, a su vez, se refiere a los libros, periódicos, revistas y otro material impreso, guardados principalmente en bibliotecas. Aunque en el sentido

más estricto de la palabra se refiere a documentos y textos impresos sobre papel, con la nueva tecnología también consideramos como documentos las grabaciones, medios digitales, audiovisuales y otros.

3.3.2. Patrimonio Natural

Se considera como Patrimonio Natural²³ a los monumentos naturales contruidos por formaciones físicas y biológicas o por los grupos de esas formaciones que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico.

Las Areas Naturales Protegidas (ANP) son parte del patrimonio natural y cultural de una sociedad. Estas áreas son poseedoras de especies, paisajes, rasgos antropológicos, arqueológicos, paleontológicos o culturales de singular valor. Las áreas naturales y su diversidad tienen valor, y este reside en la satisfacción que las personas obtienen al usar sus recursos directa o indirectamente (Losano, 1995)²⁴.

Las formaciones geológicas o fisiológicas y las zonas estrictamente delimitadas constituyendo el hábitat de especies de animales y vegetales amenazados de desaparición que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o de la conservación.

En resumen todos los animales, plantas, territorio y conjuntos de estos tres grupos que signifiquen valores universales en cuanto a la protección y conservación de especies animales y vegetales en peligro de desaparición o paisajes integrales en peligro de destrucción o transformación son en términos generales.

²³ Museo Regional comunitario de Cuitláhuac, Veracruz , México , 2002

²⁴ Según Novoa Goicochea en valoración económica del patrimonio natural: las áreas naturales protegidas. 2011

3.4. VALORACIÓN ECONÓMICA

3.4.1. Los Mercados y la Valoración de Bienes y Servicios en General: Condiciones de Competencia Perfecta

La valoración económica es un tema poco conocido y confuso ya que es complicado otorgarle un valor real en el mercado a bienes y servicios que nunca lo tuvieron. El término surge de la idea de compensar los daños ambientales y sociales a través de herramientas de gestión ambiental apropiadas, apoyado por la campaña de promoción de adaptación al Cambio Climático de la Organización de las Naciones Unidas (Robledo, 2005).

Según K. Case (2006)²⁵ la competencia perfecta es una forma de estructura industrial definida con gran precisión, en este caso “Perfecta” no es un atributo o virtud, sino, que más bien se debe entender como “Total” o “Completa”. En una industria perfectamente competitiva ninguna empresa por si sola tiene el poder para alterar el precio, es decir ninguna de ellas es bastante grande para poder influir en los precios del producto que ofrece o de los insumos que adquiere, esta característica implica que el producto ofrecido por estas empresas sea idéntico u “Homogéneo”. Al tomar los precios como dados, una empresa solo puede decidir cuál será su volumen de producción y como habrá de producirla.

3.4.2. Las Fallas del Mercado

3.4.2.1. Concepto de Fallas de Mercado

Es una situación en la que un determinado mercado no organiza eficientemente la producción o la asignación de los recursos que se transaccionan habitualmente (bienes y servicios) entre oferentes y demandantes, empresas y consumidores.

Los principales tipos o causas de fallos del mercado son:

²⁵ Según “Principio de Microeconomía, Pearson Educación” Karl Case y RayFair 2006

- Los monopolios u otros casos de abuso de poder de mercado en un "único comprador o el vendedor puede ejercer una influencia significativa sobre los precios o la producción".
- Las externalidades que se producen en los casos en que el "mercado no tiene en cuenta el impacto de una actividad económica en los forasteros". Existen externalidades positivas y externalidades negativas. Las externalidades positivas se producen en casos tales como cuando un programa de televisión sobre la salud de la familia mejora la salud de los ciudadanos. Las externalidades negativas se producen en casos tales cuando el proceso de una empresa contamina el aire o vías fluviales. Las externalidades negativas pueden reducirse mediante el uso de las regulaciones gubernamentales, impuestos o subvenciones, o mediante el uso de los derechos de propiedad para obligar a las empresas y los individuos a asumir los impactos de su actividad económica.
- Los casos en que existe información asimétrica o incertidumbre (ineficacia de la información). La asimetría de la información se produce cuando la información de una de las partes en una operación tiene más o menos que la otra parte. Por ejemplo, los vendedores de automóviles usados pueden saber si un auto usado se ha utilizado como vehículo de entrega o en taxi, información que puede no estar disponible por los compradores. Normalmente es el vendedor el que sabe más sobre el producto, pero este no es siempre el caso.

3.4.2.2. Cuando el Mercado no actúa Eficientemente

- Un fallo del mercado hace que la producción o el consumo sean ineficientes, y el Estado puede mejorar la situación proyectos socialmente útiles; investigación.
- El estado puede regular algunos sectores; la banca, el servicio de recogido de basura, etc.
- Puede subvencionar a otros; educación, sanidad, etc.

- El estado grava impuestos a los ciudadanos y distribuye parte de los ingresos recaudados a otros colectivos sociales más necesitados.

3.4.3. Los Valores y la Valoración Económica

La valoración económica²⁶ es un instrumento al servicio de la política ambiental, el cual pretende imputar valores económicos a los bienes y servicios ambientales. La valoración económica resulta necesaria para lograr dos objetivos económicos prioritarios en todo sistema económico: la eficiencia económica y el crecimiento sostenible.

En la actualidad, la valoración económica está siendo considerada en los estudios de impacto ambiental realizados por las consultoras ambientales. Dado que en la mayor parte de los casos los servicios ambientales no tienen un precio explícito, por tanto son explotados como si su valor fuera nulo, cuando este valor es inadecuadamente bajo o nulo promueve el uso abusivo de los recursos, produce inequidades sociales y se computa como una aportación mínima a la economía (Sánchez, 2008).

Por otra parte, el medio ambiente, debido a su característica de bien público, no cuenta en la mayoría de los casos con precios de mercado que reflejen su verdadero valor. Esto trae como consecuencia la generación de ineficiencia económica en el uso de los recursos naturales y ambientales, debido a que estos no son asignados a los diversos usos según su verdadero valor.

3.4.4. El Valor Económico Total de los Bienes y Servicios Ambientales (BSA)

Según Acuña (2004) desde el punto de vista económico, los bienes y servicios ambientales son tratados como bienes públicos de libres acceso, y en su mayoría son bienes que sufren de algún tipo de externalidad. Estas características (no exclusión y

²⁶ “Fundamentos y métodos para la valoración económica de bienes ambientales” según Casimiro Herruzo - Universidad Politécnica de Madrid - 2012

no rivalidad) han impedido que el mercado sea una buena guía para determinar el nivel eficiente de precio y de cantidad a asignar en la sociedad y son esas “fallas” en el sistema de mercado que crean la necesidad de utilizar medidas alternativas de valoración económica.

Po lo que el concepto de Valor Económico Total (VET)²⁷ permite incluir tanto los bienes y servicios tradicionales (tangibles) como las funciones del medio ambiente, además de los valores asociados al uso del recurso mismo. Conceptualmente, el VET de un recurso consiste en:

VALOR DE USO + VALOR DE NO USO

El valor de uso es el valor, expresado en precio, que le otorgan los agentes económicos vinculados a los recursos o bienes ambientales; es decir de todos aquellos que realmente utilizan dichos bienes. Existe, por lo tanto, un precio y mercado. El valor de uso puede ser²⁸ valor de uso directo y valor de uso indirecto.

El valor de uso directo también conocido como valor de uso extractivo, consuntivo o estructural, deriva de bienes que pueden ser extraídos, consumidos o disfrutados directamente. Los valores de uso directo también pueden ser no consuntivos. Por ejemplo, disfrute de caminatas en el bosque. El individuo recibe un valor de uso directo, pero realmente no está consumiendo alguno de los recursos del bosque.

El valor de uso indirecto, también conocido como valor de uso no extractivo o valor funcional, se deriva de los servicios que el ambiente provee. Por ejemplo, los humedales filtran agua, mejorando la calidad de esta para los usuarios.

²⁷ Métodos de valoración de bienes ambientales - Rocha Rincón Anderson, Rodríguez M. Leonel -2011

²⁸ Según Quispe Ochoa en Valoración económica del servicio de agua tratada y alcantarillado en quinoa, Ayacucho. 2004

En contraste con el valor de uso, el de no uso deriva de los beneficios que el ambiente puede proveer sin involucrar ninguna forma de uso, ya sea directa o indirectamente. En muchos casos el más importante de tales beneficios es el valor de existencia: el valor que la gente deduce del conocimiento que algo existe, incluso si estos no planean hacer uso de esto. El valor de no uso de compone de el valor de legado y el valor de existencia.

El valor de legado, es el valor derivado del deseo de traspasar valores a las futuras generaciones. El valor de no uso, es el valor más difícil de estimar, dado que en la mayoría de los casos, y por definición, no se refleja en el comportamiento de las personas, siendo completamente no observable- los individuos no tienen familiaridad con el bien.

Valorar económicamente un bien ambiental significa poder contar con un indicador de su importancia relativa, expresado en términos monetarios. Así, lo que se busca es contar con una herramienta que permita sopesar beneficios y costos sociales de las diferentes actividades económicas, y que a su vez revele el verdadero costo social del uso de los recursos, permita el envío de señales claras acerca de la relativa escasez de los recursos naturales y logre, a través de lo anterior, una eficiente asignación de esos recursos.

De ese modo, la creciente conciencia ambiental, y las restricciones que el medio impone para el desarrollo de las actividades económicas, van dando lugar a la inclusión de variables ambientales en los procesos de toma de decisiones.

3.4.5. Métodos de la valoración Económica²⁹

Los métodos que se utilizan para la valoración económica de bienes y servicios ambientales básicamente se agrupan en dos categorías: métodos directos e indirectos. Los primeros se caracterizan por obtener directamente los valores de los bienes ambientales mediante el uso de las preferencias establecidas, mientras que los

²⁹ Según Arcadio Cerda en Valoración Económica del Medio Ambiente -2003

segundos se caracterizan por obtener este valor indirectamente, creando mercados paralelos.

3.4.5.1. Métodos De Valoración Directa

(Valores Directos De Mercado): Estos métodos se basan en precios de mercado disponibles o en observación de cambios en la productividad. Se aplican cuando un cambio en la calidad ambiental o disponibilidad de un recurso afecta la producción o la productividad. La fuente de información se basa en parámetros de conductas observada, como los precios pagados o gastos efectuados (según la clasificación de Munasinghe), reflejada en mercados convencionales.

Los siguientes métodos específicos: Cambio en la productividad, pérdidas de ganancia y Costo de oportunidad, se incluyen generalmente en esta categoría, según la información usada para la valoración, sea obtenida de mercados convencionales o de comportamientos efectivamente observados:

3.4.5.2. Métodos De Valoración Indirecta

Los Valores Sustitutos de Mercado y Uso de Mercados Subrogados: Hacen uso de los precios de mercado en forma indirecta. Estos métodos se usan cuando diversos aspectos o atributos de los recursos naturales o servicios ambientales no tienen precios reflejados en un mercado establecido. Ejemplos de estos son el aire limpio, la belleza escénica o vecindarios agradables, que son generalmente bienes de carácter público y que no se transan explícitamente en los mercados.

Sin embargo, es posible estimar su valor (implícito) a través de precios pagados por otros bienes o servicios (subrogados) en mercados establecidos. El supuesto básico es que el diferencial de precio obtenido después de que todas las variables han sido consideradas, refleja la valoración que los individuos hacen del bien o servicio en cuestión.

Los métodos que se encuentran dentro de este tipo de valoración, tenemos:

➤ **El Método del Costo del Viaje**

La premisa básica de este método es que, aun cuando el valor de la recreación no tiene un precio, los costos y tiempo usados para desplazarse pueden ser tomados como representación de éste. Se basa en el supuesto que el comportamiento observado puede ser usado para estimar el valor de bienes ambientales sin precio en los mercados, mediante la estimación de los costos involucrados en el uso del bien o servicio turístico.

Mediante encuestas y estimaciones de costo de traslado del lugar de origen al lugar turístico (parque, playa, montaña, etc.) se determinan los costos incurridos por los visitantes según distancia, medio de transporte y condiciones de uso. Las encuestas permiten identificar características socioeconómicas de los entrevistados, lugar de origen, días asignados al uso del lugar (incluyendo tiempo de viaje) e ingresos dejados de ganar. Con la información recogida se determina el excedente (beneficio) obtenido con los costos incurridos y este se toma como representante del valor de recurso natural o servicio ambiental.

Este método indirecto de valoración se aplica principalmente para la valoración económica de bienes de uso recreativo recreativos (Parques, playas, lagos y otras áreas públicas) y mide un valor de uso: la recreación. Supone que el tiempo y el dinero que gasta una persona por visitar un sitio es una aproximación a su DAP por acceder a los beneficios de recreación del lugar.

➤ El Método de Precios Hedónicos

Conocido también como método de los precios de los atributos del bien, se basa en determinar los precios implícitos de ciertas características de una propiedad que determinan su valor. Así, por ejemplo, el de una casa está determinado, entre otros factores, por la calidad del entorno (vecindario), tamaño, tipo de construcción, ubicación y arquitectura.

La consideración de variables como tamaño (número de m²), ubicación (proximidad a fuente laboral, transporte, comercio, etc.) y tipo de construcción (albañilería, madera, etc.) es generalmente posible de dilucidar más fácilmente. El diferencial de precios con propiedades similares en otras localidades puede constituir una buena aproximación al valor del entorno o calidad ambiental. Se usa para estimar el valor de la contaminación en ciertas áreas (en comparación con otras libres de contaminación) y supone la existencia de un mercado relativamente competitivo.

También asume que los compradores revelarán sus preferencias por un conjunto de atributos (estéticos, ambientales, estructurales, etc.) a través de su DISPOSICIÓN A PAGAR. Así como es posible estimar atributos positivos, el método puede identificar atributos negativos como se ve reflejado, por ejemplo, en el menor valor de una propiedad similar (estructuralmente) a otra, pero ubicada en una zona de alto ruido o contaminación. Es necesario establecer la relación entre el precio de un bien mercadeable y los atributos ambientales relacionados con él.

Función Hedónica

$$P=(E,q)$$

P: Precio de la vivienda

E: Características estructurales

q: Atributos del entorno

El equilibrio hedónico resulta de la interacción entre productores y consumidores en el mercado.

X: canasta de bienes diferentes a la vivienda (alimentos, transporte, recreación, educación, salud, etc.).

Z: conjunto de características socioeconómicas (estrato, edad, educación, ingreso, etc.)
"Problema de maximización de la utilidad de los hogares": decisión que toman los hogares para obtener el mayor nivel de utilidad posible, dada su restricción de presupuesto.

$$u(E,q,X;z) \dots\dots(3)$$

Sujeto a:

$$(E,q)+X= \dots\dots(4)$$

m: ingreso hogares

X: cantidad de otros bienes que el hogar consume

P(E,q): gasto en vivienda

La función (3) es la función de utilidad o bienestar individual, la (4) es la restricción de presupuesto de la familia.

3.4.5.3. Mercados Hipotéticos: El Método de Valoración Contingente (MVC)³⁰

Estos métodos son usados cuando no existe información de mercado ni valores subrogados acerca de las preferencias de los individuos (disposición a pagar o aceptar) respecto de ciertos recursos naturales o servicios ambientales. Consiste en presentar a los individuos situaciones hipotéticas (contingentes a) y preguntarles sobre su posible reacción a tal situación (como, por ejemplo, preservar un área silvestre, construir un puente, mejorar o empeorar la calidad ambiental etc.).

³⁰Según Arcadio Cerda en Valoración Económica del Medio Ambiente-2003

Según Azqueta, el método de valoración contingente consiste en realizar encuestas individuales con el fin de asignar un valor al bien o servicio ambiental. El método se basa en dos tipos de análisis: directo, el de la voluntad de pago o disposición a pagar (en adelante, DAP), y el de la voluntad de renuncia o disposición a ser compensado (en adelante, DAC); ambos referidos a un uso relacionado con dicho bien o servicio por parte del encuestado. Las respuestas individuales se agregan para generar o simular un mercado hipotético.

La entrevista puede ser directamente a través de cuestionarios o a través de diversas técnicas experimentales en las cuales los individuos responden a estímulos presentados bajo condiciones controladas. Se busca, por tanto, conocer las valoraciones que los individuos hacen de aumentos o disminuciones en cantidad o calidad de un recurso o servicio ambiental, bajo condiciones simuladas de mercados hipotéticos.

En ese sentido, siguiendo a Pearce & Turner (1990), se busca conocer las valoraciones que los individuos hacen de aumentos o disminuciones en cantidad o calidad de un recurso o servicio ambiental, bajo condiciones simuladas de mercados hipotéticos.

Supuestos del método

- El individuo maximiza su utilidad dada una restricción de presupuesto representada por el ingreso disponible.
- El comportamiento del individuo en el mercado hipotético es equivalente a su comportamiento en un mercado real. Con esto se garantiza que toma una decisión racional de comprar o no el bien como lo haría en un mercado real.
- El individuo debe tener información completa sobre los beneficios del bien o servicio eco sistémico con ello el individuo reflejara su verdadera disposición a pagar.

Objetivos del método

- Evaluar los beneficios de proyectos o políticas relacionadas con la provision de bienes y/o servicios que tienen un mercado.
- Estimar la Disposicion a pagar de las personas como una aproximación de la valoración contingente para medir los beneficios económicos de mejoras ambientales.
- Estimar la Disposicion a aceptar como una aproximación de la Valaoracion Economica para medir el valor económico del daño producido por degradación del ambiente natural.

Ventajas de la metodología

Según Azqueta (1994), el método de valoración contingente tiene las siguientes ventajas:

- Es el único meteodo apliocable cuando no es posible establecer un vínculo entre la calidad del bien a valorar y el consmuo de un bien privado.
- Es un buen punto de comparación para la valoración usando otros métodos.

Desventajas de la metodología

- Basarse en la información hipotética, no proveniente de pagos efectivos, por lo tanto puede que la respuesta refleje un acto de buena voluntad más que una asignación real del valor.
- Obtener información contingente únicamente a la situación particular que se pregunta, por lo tanto no aplicable a otrs casos.
- Prsentar una serie de problemas menores en forma de sesgos, que peuden surgir tanto en el diseño como en la aplicación de instrumentos, afortunadamente existe solución a casi todos estos sesgos, de lo contrario la información puede presentar graves problemas.

Esta teoría parte del supuesto de que los individuos se comportan racionalmente, maximizando su utilidad. Esta función de utilidad (u), se compone además de (x) que es el nivel de consumo de bienes que pueden adquirir los individuos en el mercado. Esta función de demanda se expresa formalmente de la siguiente manera:

$$u = (x)$$

Así mismo, se parte del supuesto de que los individuos eligen el nivel de consumo de cada bien, sujetos a un presupuesto limitado (y). Por lo tanto, el consumo toma la siguiente forma:

$$x = x(px \ y)$$

Donde px expresa el rango de precios de los bienes de mercado, y los ingresos de los individuos son expresados por (y). En resumen, el nivel de consumo de bienes de los individuos se encuentra, por un lado, limitado por los precios de los bienes en el mercado (p) y, por otro lado, el consumo de estos bienes se encuentra restringido por el presupuesto de los individuos (y).

Ahora bien, los bienes y servicios ofrecidos por los Recursos Naturales y Arqueológicos del Distrito de Ayabaca, representan bienes de carácter público, y también aportan bienestar a la función de utilidad de los individuos, aunque estos bienes públicos no constituyen un gasto directo para los individuos que los consumen, dado su carácter de gratuidad, son representados en la función de demanda por la letra (z). Por tanto, la función de utilidad se puede expresar indirectamente de la siguiente manera:

$$u = (px \ y \ z)$$

Además de las restricciones presupuestales de los individuos y de los precios de los bienes privados en el mercado, la función utilidad de los individuos está determinada también por el beneficio que otorgan los bienes de consumo públicos (z).

Un cambio en el nivel de provisión de un bien público (en este caso, el bienestar que proporciona el acceso a los Recursos Naturales y Arqueológicos del Distrito de Ayabaca) se puede expresar de la siguiente manera: z^0 a z^1 donde z^0 representa un estadio anterior al estadio 1, lo cual implica un cambio en el nivel de utilidad. Este cambio se puede modelar y observar en la siguiente fórmula matemática:

$$u^0(x, y, z^0) = u^1(x, y, z^1)$$

Así mismo, la cantidad máxima de disposición a pagar de un individuo por dicho cambio es aquella cantidad de dinero que deja indiferente entre pagar y obtener el cambio, o no pagar y no obtener el cambio. La disposición a pagar se representa con la letra (A). Pagar o no pagar por obtener un beneficio que antes no se tenía, se representa con la siguiente fórmula:

$$u^0(x, y, z^0) = u^1(x, y - A, z^1)$$

La fórmula arriba señalada muestra que la disposición a pagar (A) por parte de un individuo frente a un cambio directo en su nivel de utilidad es proporcional a sus niveles de ingreso (y). Bajo este supuesto racional, si (A) fuese menor, el individuo optaría por el cambio (z^1), y si fuese mayor, el individuo optaría por la situación original.

3.5. POLITICAS VERDES³¹

La economía verde, entendida como una orientación hacia la conservación del capital natural, no es proceso nuevo. Por ejemplo, la inclusión de los costos de los servicios eco-sistémicos también se está dando lugar principalmente a través del pago por servicios ambientales en la regulación del ciclo del carbono (los mercados de carbono) y la provisión de agua dulce, entre otros. La iniciativa verde agrupa a este conjunto de iniciativas aisladas en una programa de políticas más sistémica; pero el caso es que no se parte de cero. En el caso peruano un estudio señala que las inversiones

³¹Según Daniel Coronel Chamorro en Documento de Trabajo 001-2012 análisis sobre la economía verde

públicas en sectores que podrían ingresar a la economía verde en los próximos cinco años alcanzan entre el 29 y 18% de la meta de inversión trazada por la economía verde (Ecosostenible, 2011)³²

La solución de la crisis ambiental pasa por mayor inversión y llevar a la economía de mercado a donde antes no había llegado: a los servicios eco-sistémicos (convertir estas funciones y estos recursos en capital natural que sea pasible de invertirse y generar ganancias con él).

Su potencia radica en que permite generar incentivos para que quien quiera que sea, sin importar la escala de valores ambientales individuales, incluya en su actividad el uso sostenible de los recursos naturales. Por decirlo de otro modo, las reformas que conlleven a la economía verde van a implicar a todos, impelidos por las fuerzas económicas, a cuidar los servicios eco-sistémicos y la biodiversidad, incluso quienes no deseen hacerlo por voluntad propia.

La inversión debe estar orientada hacia el capital natural dentro de los cuales se deben completar los vacíos de información existente. En muchos ámbitos no existe un sistema de derechos de propiedad sobre recursos naturales; o los sistemas de información de estos es poco transparente.

Esto a su vez abre el debate sobre el rol que juegan los propietarios de estos recursos en el nuevo escenario que se avecina.

Por otro lado, otra necesidad para mejorar la aplicabilidad de la economía verde es desarrollar marcos regulatorios adecuados. “Un marco regulador puede controlar las formas más perjudiciales de actuación no sostenible, ya sea estableciendo estándares mínimos o prohibiendo totalmente ciertas actividades” (PNUMA, 2011).

³² Los sectores en los cuales se podría invertir son el sector hídrico, agricultura, infraestructura e investigación aplicada en recursos naturales

Las reformas tributarias es otro mecanismo para orientar recursos hacia los sectores priorizados. Entre las medidas que se pueden implementar está la de colocar un impuesto a al consumo de combustibles fósiles.

La generación de una nueva serie de instrumentos de mercado son claves para impulsar la transición. Los derechos transables de contaminación o el pago por servicios eco-sistémicos son algunas de las herramientas que se podrían aplicar.

Esto permite abrir a los privados nuevas opciones de negocios y formas de innovación en gestión de los recursos.

3.6. IDEAS FUERZA

1. Tal como lo dice Porter en (1990) “Pensar globalmente y actuar localmente”; lo cual es beneficioso para el desarrollo regional para lo cual se requiere identificar los sectores económicos que han generado mayor ventaja competitiva basada en una comparativa para poder impulsarlos.
2. Artesi (2000), Schlüter y Winter (2003) coinciden en que el turismo es el conjunto de servicios que tiene por objeto la planificación, la promoción y la ejecución de los viajes además de una adquisición de servicios para ser un viaje placentero; además de ser justo ya que proporciona una distribución eficiente y equitativa de los beneficios que trae consigo el turismo; y sostenible porque se conservan para un uso continuado en el futuro.
3. Disposición a pagar es la manera genérica en que se mide el valor económico de cualquier bien o servicio es decir necesitamos de un bien X y por ellos estamos dispuestos a desprendernos del bien Y.

CAPITULO 4: DESCRIPCION DEL MERCADO TURISTICO EN EL DISTRITO DE AYABACA

El objetivo de este capítulo es la explicación a detalle de la capacidad instalada en cuanto a materia turística, que posee el Distrito de Ayabaca; así mismo se hará una descripción de la infraestructura con que cuenta el distrito antes mencionado indicando de este modo la oferta y demanda turística actual.

4.1.LA OFERTA ACTUAL

4.1.1. Capacidad Instalada

La cantidad de servicios que se pueden ofrecer dentro del distrito de Ayabaca para poder atender las exigencias de los turistas que visiten estas zonas no es mucha; sin embargo aun a pesar de esto se brindan servicios de buena calidad los cuales pueden cubrir parte de las necesidades básicas de los turistas.

El distrito de Ayabaca cuenta con alojamientos, Restaurantes, empresas de transportes de Piura a Ayabaca y/o Sullana a Ayabaca y viceversa así como empresas de transportes del centro de Ayabaca a lugares turísticos del mismo distrito.

a) Empresas de Transporte

Para poder tener acceso al distrito de Ayabaca existen dos empresas que brindan el servicio de transporte como son TRANSPORTES EL PODEROSO CAUTIVO E.I.R.L y TRANSPORTES VEGAS E.I.R.L. estas empresas brindan el servicio desde Piura hasta Ayabaca del mismo modo tienen sucursales en Sullana las dos empresas con los mismos horarios de partida.

A continuación se presenta un cuadro en el que se indica la ubicación de las dos empresas que prestan este servicio además de los números de teléfonos de las agencias y por último el horario de partida.

Cuadro 4.1: Descripción de Empresas de Transportes

EMPRESAS DE TRANSPORTE		PIURA	SULLANA	AYABACA
TRANSPORTESEL PODEROSO CAUTIVO E.I.R.L	Ubicación	Av.SullanaNorte N°7. Urb.SanRamón.	Av. Buenos Aires Nro. 110.	Jr.CáceresNro.35 2. Plaza deArmas
	N° Telefono	073-309888	073-491243	073-471247
	Horario	08:00 a.m. 02.00 pm	08:30Am 02.30 pm	08:00 a.m. 02.00 pm
TRANSPORTES VEGAS E.I.R.L.	Ubicación	Av. Avenida Panamericana #C-1	AV.AvenidaBu enos Aires 1007	Calle Tacna S- N - Piura
	N°Teléfono	073-308729		073-471080
	Horario	08:00 a.m. 02.00 p.m	08:30Am 02.30pm	08:00 a.m. 02.00 pm

Elaboración propia

Por otro lado existe el servicio de transporte desde la ciudad de Ayabaca hasta los lugares turísticos como Yanchala, Petroglifos de Samanga, Señor de Olleros, Bosque de Cuyas para los cuales están a disposición del turista camionetas 4x4 adecuadas para la ruta.

b) Restaurantes

La ciudad de Ayabaca cuenta con 27 restaurantes que se encuentran ubicados en sus diversas calles y avenidas en los cuales se ofrece una variedad de platos típicos de la zona así como también platos del norte piurano. A continuación se muestra un cuadro donde se puede apreciar los nombres de los 27 establecimientos especificando correspondientemente su ubicación. Por otro lado existen 02 restaurantes en la Comunidad Campesina de Yanchala siendo esta la comunidad más cercana al complejo arqueológico de Aypate donde se puede disfrutar de platos típicos de la zona.

Cuadro N° 4.2: descripción de establecimientos gastronómicos

	NOMBRE DEL PROPIETARIO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
1	Alberca Criollo Francisca	"ElParaíso de los Mariscos"	Calle Arequipa S/N
2	Atiaja Ruiz Gloria	"Las Toronchitas"	Calle Bolognesi S/N
3	Calle Gallo Mónica	"El Carbón"	Calle Tacna N°114
4	Carrión Pintado Elmer Vicente	"MarAbierto"	Circunvalación N °374
5	Cedano Saavedra Marlon	"Casona"	Calle Cáceres N° 270
6	De la Cruz Gutiérrez Augurio	"Sabi"	Calle TacnaN°326
7	Días Herrera Maritza	"LaCharapita"	Calle ArequipaN°188
8	Córdova Zavala Carlos	"Tierra Santa"	Calle Tacna S/N
9	Flores Ramírez Amador	"Mary Luna"	Calle Arequipa N°186
10	Guerrero de Merino Bertha	"Flor de Milán"	Calle Tacna N°111
11	Huamán Córdova Marcial	"Paraíso"	Calle Bolognesi N°318
12	Huamán Rivera Edy	"Delicias Ayabaquinas"	Jr.Montero S/N
13	Llacsahuanga Criollo Luby	"Las Gaviotas"	Calle ArequipaN°175
	Merino Guerrero Richard	"Flor de MilánII"	Calle TacnaN°112
15	MondragonGalecioRony	"El Chino"	Calle GrauS/N
16	MondragonZegarraJuan	"Acuario"	Av.ArequipaS/N
17	Niño Martin	"Isla del Sabor"	Pasaje Olaya S/N
18	Peña Saavedra Wilson	"Peñita"	Calle Grau
19	Pretel Plasencia Oscar	"ElOasis"	Calle ArequipaN°215
20	Ramos Jiménez Josefa	"Chepita"	Calle Tacna N° 331
21	Reynaga Carhuanchinchay Heyler	"La Cabaña Rustica"	El Calle Cáceres N°217
22	RiveraCalleDilcia	"Santa Lucia"	Calle ChiraS/N
23	Rivera Jiménez Oralia	"Yantuma"	Calle Cáceres N°527
24	Saavedra Soto Adelseinda	"Mi Ayabaca"	Calle Cáceres N°272
25	Villavicencio Vásquez Rosa	"Tía Rosa"	Calle BolognesiN°326
26	Zavala Flores Regina	Par2 Chicken&Grill	Av.Tacna S/N
27	Zegarra Gálvez Yomaida	"Kishpina"	Calle Cáceres N°256

Elaboración: propia.

b) Hospedajes

La ciudad de Ayabaca cuenta con trece establecimientos de alojamiento disponibles; cuenta con dos hoteles dos estrellas y 11 hospedajes, los cuales se encuentran distribuidos en el centro de la ciudad.

Cuadro 4.3: Descripción de establecimientos de alojamiento

Nº	NOMBRE DEL PROPIETARIO	ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
1	Acuña Huapaya Marita Isabel	Hospedaje "Plaza"	Calle Cáceres N° 423
2	Calle Cueva Leoncio Luciano	Calle Cáceres N°	Calle Cáceres N° 328
3	Calle Romero Clara	Hospedaje "Oro Verde"	Calle Bolognesi N° 169
4	Castillo Valle Teófilo	Hospedaje "San Martín"	Calle Cáceres N° 326
5	Cedano Saavedra Jony	Hotel "Aipa Atiq"	Calle Cáceres N° 282
6	Herrera Jiménez Hildebrando	Hospedaje "Aypate"	Calle Bolívar N° 117
7	López Montenegro Gustavo	Hospedaje "Bolívar"	Calle Bolívar S/N
8	Municipalidad Provincial de Ayabaca	Hotel "Samanga"	Calle Tacna N° 269
9	Peña Castillo Alex	Hospedaje "Peña"	Calle Grau S/N
10	Portocarrero de Namuche Aurelio	Hospedaje "Alex"	Calle Tacna N° 271
11	Ruiz Niño Ramón	Hospedaje "Ayawaca"	Calle Bolognesi
12	Vegas Llapapasca Nelson	Hospedaje "El Mirador"	Calle Tacna N° 338
13	Cevallo Culquicondor Lucrecia	Hospedaje "Charaton"	Calle Cáceres N° 467

Elaboración: propia

c) Establecimientos de Entretenimiento

En la ciudad de Ayabaca existen discotecas donde la gente se reúne a bailar y a la vez de disfrutar de algunos tragos; de este tipo de establecimiento existen 03 los cuales están disponibles durante los 7 días de la semana ubicados en el centro de la ciudad.

Cuadro 4.4: Descripción de establecimientos de entretenimiento

Nº	Nombre del Propietario	Nombre del establecimiento	Dirección
1	Cunya Novillo Nelly	"La Rueda"	Calle San Martin Nº 104
2	Neyrade Nayra Rosa	"La Rosita"	Av.Piura Nº 314
3	Soto Jaramillo Percy	"Jhon Lenon"	Calle Bolognesi Nº183

Elaboración. Propia

4.2.IDEAS FUERZA

1. El distrito de Ayabaca cuenta con capacidad para atender a los turistas; aunque esta aun es deficiente; cuenta con dos empresas de transportes que brindan el servicio de movilidad desde Piura, ambas con dos horarios de partida; sin embargo en tiempos de fiesta la demanda supera a la oferta.
2. Ayabaca cuenta con 27 restaurantes dentro de la ciudad de Ayabaca que en su mayoría ofrece platos típicos de la zona, así mismo dos restaurantes ubicados a media hora del complejo arqueológico, pero con capacidad reducida ya que cada uno de ellos cuenta con capacidad para 20 personas cada uno.
3. Para hacer un poco de turismo en la ciudad de Ayabaca es necesario pernoctar por lo menos una noche en la ciudad de Ayabaca y para ello la ciudad brinda 13 establecimientos, dos de ellos dos estrellas.

CAPITULO 5: VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA PROPUESTA PARA DETERMINAR EL VALOR ECONOMICO TURÍSTICO DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO Y NATURAL DEL DISTRITO DE AYABACA

En este capítulo se dará una explicación profunda de la valoración económica del potencial turístico del patrimonio arqueológico y natural del distrito de Ayabaca tomando como herramientas la estadística para extraer conclusiones validas e inferir características a través de los datos recolectados; y la econometría que haciendo uso de las técnicas matemáticas y estadísticas a las teorías económicas para su verificación y para la solución de los problemas económicos mediante modelos revelar relaciones entre variables que nos puedan explicar la valoración de este potencial turístico.

5.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1.1. Tipo de Investigación

La presente investigación se ha clasificado en función al tiempo con el tipo de investigación DESCRIPTIVA-CORRELACIONAL-EXPLICATIVA.

- Descriptivo, ya que a partir de la aplicación de una encuesta y mediante un análisis estadístico-descriptivo se analizara las principales características que inciden o determinan el número de visitas de los visitantes hacia la zona turística de los caracoles.
- Correlacional, se busca determinar el grado de asociación entre el número de visitas hacia la zona de los caracoles y sus principales factores determinantes.
- Explicativo, a partir de la inferencia causal y estimación de un modelo econométrico se evaluara el aporte estadístico y en magnitud de cada uno de los factores explicativos hacia la zona turística de los caracoles. y finalmente se realizara la respectiva valoración económica mediante el método de coste de viaje.

5.1.2. Diseño de la investigación

Investigación no experimental, aplicada y mixta, que considera tanto información secundaria de fuentes estadísticas, como la información primaria a partir del cuestionario propio elaborado por el tesista.

5.2.OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Los datos utilizados en el presente estudio se han obtenido de la encuesta aplicada a los residentes y turistas del Distrito de Ayabaca. Dicha encuesta se aplicó durante la primera semana del mes de julio del año 2016.

Dicho cuestionario constó de dieciocho (19) preguntas, estructuradas en tres partes, correspondientes a recojo de información. Se entrevistó a los residentes y turistas que visitan este lugar bajo estudio.

Luego, se utilizó el programa estadístico SPSS para el procesamiento de los datos y análisis cualitativo. Finalmente, se utilizó el programa econométrico. Stata 12.0 para regressinar el modelo logit planteado.

5.3.UNIDAD DE ANÁLISIS Y ÁMBITO DE ESTUDIO

➤ Unidad de análisis

La unidad de análisis es el visitante informante, definido como el usuario mayor de 18 años que se encuentre en capacidad de suministrar información.

➤ Ámbito de Estudio

El ámbito de estudio es el Distrito de Santo Domingo, específicamente en la capital Distrital.

5.4.DISEÑO MUESTRAL

Para la valoración económica se empleara el método de valoración contingente, caracterizado por ser un modelo logit. Así para efectos de la investigación se tomara un diseño muestral por medio del muestreo probabilístico aleatorio simple, considerando la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población³³

Z_{α} = 1.96 al cuadrado (En este caso consideraremos una seguridad del 95%)

p = proporción esperada (En este caso consideraremos 5% = 0.05)

q = 1 – p (En este caso consideraremos 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (en su investigación use un 5%). Por lo tanto tenemos:

$$n = \frac{N * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (N - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = 320$$

Luego de obtener una muestra de 320 se pasa a dividir en dos los grupos de encuestas a aplicar por lo que se opta por aplicar 120 encuestas a los residentes de la ciudad de Ayabaca y 200 encuestas a Turistas.

³³ Poblacion proyectada al año 2016.

Los resultados de las encuestas aplicadas se utilizarán para estimar la disponibilidad a pagar de residentes del distrito de Ayabaca así como también los turistas, mediante el Método de Valoración Contingente haciendo uso de un modelo de elección binaria específicamente un modelo Logit; posteriormente se explicarán a detalle el método a utilizar.

5.5.MODELO TEÓRICO Y ECONOMETRICO

5.5.1. Modelo teórico

En base a la revisión del marco teórico y evidencia empírica presentados anteriormente se establece el siguiente modelo teórico:

$$U = v(i, y; A) + \epsilon$$

Donde

v (%) = El valor de la media para U (.)

ϵ = Un componente no observable de la utilidad del consumidor individual, el cual se distribuye independientemente e idénticamente media cero.

I = Ingreso del consumidor

$COST$ = El precio de “oferta” que pagaría el consumidor por el pago de un servicio turístico en Ayabaca

A = Vector de atributos socioeconómicos que afectan la DAP

El consumidor entrevistado responderá positivamente a la cuestión sobre su DAP cuando se cumpla la siguiente condición:

$$v_0(Y; A) + \epsilon_0 < v_1(Y-P; A) + \epsilon_1$$

Al introducir en el modelo P , I en la expresión anterior, las probabilidades de una respuesta negativa, a la pregunta sobre la DAP individual por parte del consumidor del bien ambiental, son agregadas a una función de probabilidad que puede ser graficada

como una curva logística, en la que las probabilidades predichas de una respuesta afirmativa está acotada al intervalo entre 0 y 1.

5.2.1. Modelo Econometrico

5.2.1.1. Especificación del Modelo Logit para Residentes y para Turistas

La pregunta de valoración contingente que simula el mercado hipotético es de tipo dicotómica o binaria, se toma en cuenta la cantidad de dinero dispuesto a pagar por acceder a un servicio turístico, ingreso, nivel educativo y sexo. Este modelo se especifica según el paper de Alcalá et all (2008)³⁴.

$$P(s_i) = \alpha_0 + \beta_1 \text{ Paquete 1} + \beta_2 \text{ Paquete 2} + \beta_3 \text{ sexo} + \beta_4 \text{ edad} + \beta_5 \text{ estado civil} \\ + \beta_6 \text{ ingreso} + \beta_7 \text{ Grado de instruccion} + \epsilon$$

³⁴ Alcalá et all (2008). México.Terra Latinoamericana 27: 227-235

5.3. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Cuadro 5.1: Variables incluidas en el modelo empírico

Variable/ Parámetro	Definición	Unidades/ Escala	Tipo de Variable
Monto	Disponibilidad a pagar por visitar el patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca	Variable Dicotomica	V. endógena
Paquete 1	Costo de paquete de viaje por un día para conocer el Complejo Arqueológico de Aypate	Nuevos Soles	V. Exogena
Paquete 2	Costo de paquete de viaje por dos días para conocer el Complejo Arqueológico de Aypate y Petroglifos de Samanga.	Nuevos Soles	V. Exogena
Edad	Edad del encuestado	Años	V. Exogena
Sex	Sexo del encuestado	Hombre= 0 Mujer=1	V. Exogena
Estado civil	Estado civil del encuestado	Casado=0 Soltero=1	V. Exogena
Ingreso	Ingresos mensuales	Nuevos Soles	V. Exogena
Grado de instruccion	Grado de instrucción de los encuestados	Primaria = 1, Secundaria= 2, Técnica= 3 y Universitaria = 4	V. Exogena
B	Parámetros a estimar		

Elaboracion: Propia.

5.4. ANALISIS DE RESULTADOS

5.4.1. Estimacion de la disposicion a pagar para residentes

Para estimar la disposición a pagar se obtienen las medidas de tendencia central de la variación compensada (media por ser más estable), según las formas funcionales. Como se observa en la tabla los coeficientes α y β son necesarios para la estimación de la media representada por los coeficientes que acompañan a las variables: costo de un paquete por un día (paquete1).

**Cuadro 5.2. Medida de Bienestar según modelo
(En nuevos soles)**

MEDIDAS DE BIENESTAR	PAQUETE I
MEDIA	55

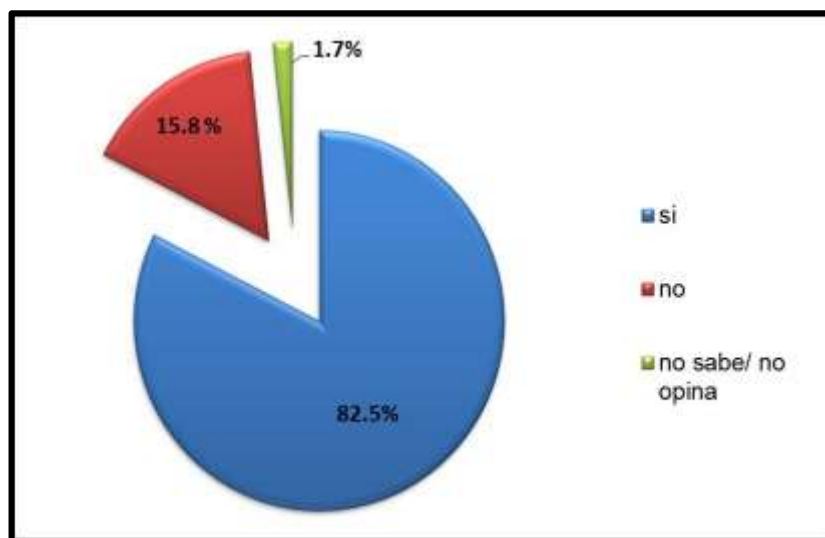
Elaboración: propia

En la tabla anterior se muestran la disposición a pagar por visitar el patrimonio arqueológico y natural, como se puede apreciar por un día los residentes estarían dispuestos a pagar hasta 55 nuevos soles.

➤ Análisis Grafico

En el grafico N° 6.1 se muestra la disposición a pagar algún monto para acceder a los lugares arqueológicos y naturales donde el 82.5% indica que si está dispuesto a pagar para acceder a estos sitios; sin embargo el 15.8% de los residentes del distrito de Ayabaca indica que no estaría dispuesto a pagar para acceder a estos sitios esto es explicado por el nivel de pobreza que aqueja la provincia de Ayabaca.

Grafico 5.1: Disposición a pagar para acceder a sitios arqueológicos y/o naturales de Ayabaca

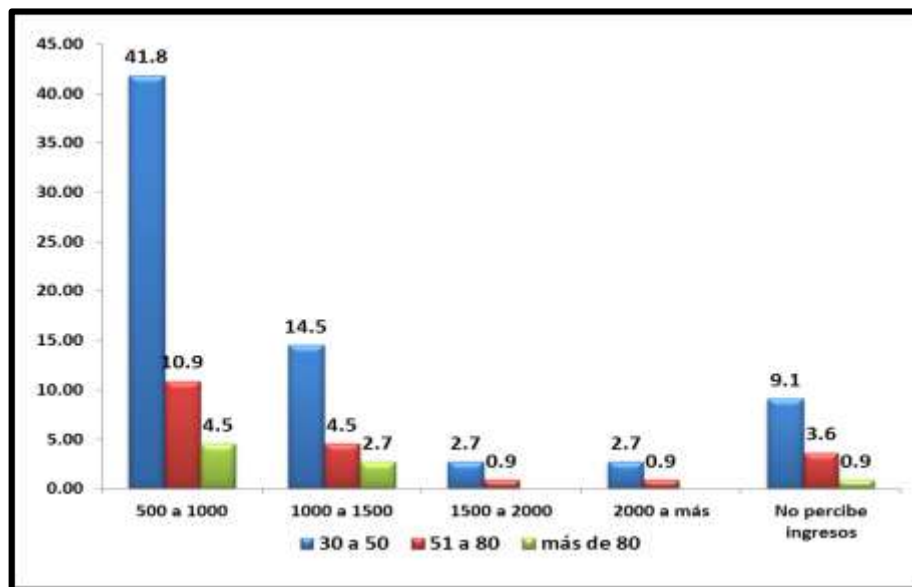


Elaboración: propia

El grafico de barras N° 6.2 muestra la disponibilidad a pagar según los ingresos que perciben los residentes del distrito de Ayabaca por recorrer un día el patrimonio arqueológico y natural; según este grafico, de los 120 encuestados el 41.8% que en promedio tiene ingresos de 500 a 1000 nuevos soles está dispuesto a pagar de 30 a 50 nuevos soles por este paquete, no obstante el 4.5% que disponen de los mismos ingresos están dispuestos a pagar más de 80 nuevos soles.

Debemos tomar en cuenta que aquellas personas encuestadas que no perciben ingresos (estudiantes, amas de casa) muestran disponibilidad de pago para acceder a estos sitios, que representan el 15% de los encuestados.

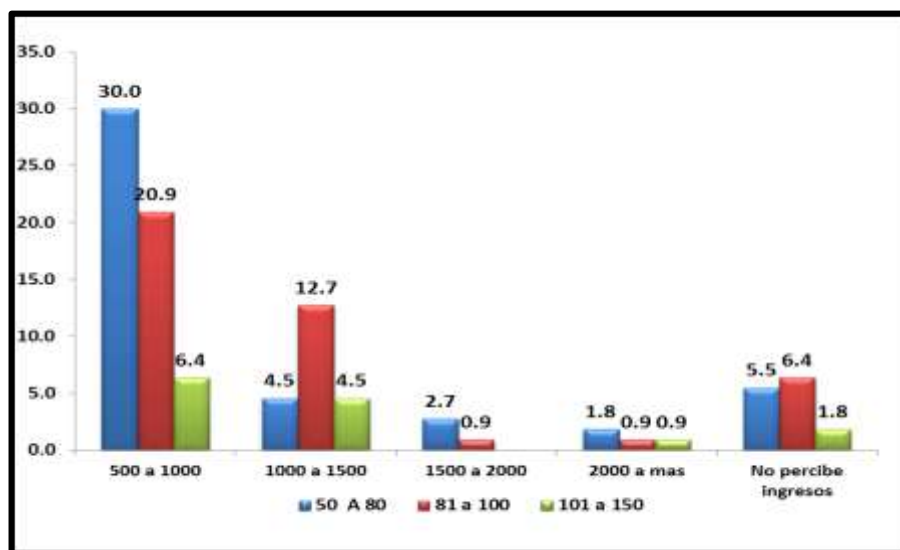
Grafico° 5.2: residentes del distrito de ayabaca que según sus ingresos indican su disponibilidad a pagar por visitar por un día el patrimonio arqueologico y natural del distrito. (%)



Elaboración propia

El grafico de barras N° 6.3 muestra la disponibilidad a pagar según los ingresos que perciben los residentes del distrito de Ayabaca por recorrer en dos días el patrimonio arqueologico y natural; según este grafico, de los 120 encuestados el 30% que en promedio tiene ingresos de 500 a 1000 nuevos soles está dispuesto a pagar de 50 a 80 nuevos soles por este paquete. Del mismo modo los encuestados que no perciben ingresos también tienen disponibilidad a pagar dentro de los cuales el 6.4% está dispuesto a pagar entre 81 y 100 soles. Sin embargo el reducido grupo de encuestados que tienen ingresos de más de 2000 solo el 0.9% está dispuesto a pagar la tarifa más alta.

Grafico 5.3. Residentes del distrito de ayabaca que según sus ingresos indican su disponibilidad a pagar por visitar dos días su patrimonio arqueologico y natural (%)



Elaboración propia

Para determinar la disposición a pagar por visitar el complejo Arqueológico de Aypate, se aplicó encuestas tanto en Piura como a los propios residentes de Ayabaca; de tal modo que en ambos casos se planteó un modelo econométrico de tipo logit.

En un principio se analizó el modelo planteado para los mismos residentes, para lo cual se aplicó 120 encuestas a los mismos pobladores. Para ello, se inició el análisis con las correlaciones simples, que cuyos resultados se muestran en la siguiente tabla. Se realizó dicho análisis con el propósito de ir descartando variables que no sean significativas y que presenten principios de multicolinealidad.

5.4.2. Analisis econometrico del modelo para residentes

Cuadro 5.4. Tabla de correlaciones (Residentes)

	MONTO	PAQUETE 1	PAQUETE 2	SEXO	EDAD	EST CIVIL	GRAD_ INST	ING ECON
MONTO	1							
PAQUETE 1	0.4078 0.0000	1						
PAQUETE 2	0.5086 0.0000	0.8078 0.0000	1					
SEXO	0.1247 0.1748	0.0593 0.5202	0.0877 0.3409	1				
EDAD	-0.0241 0.7941	-0.1126 0.2208	-0.0709 0.4416	0.1809 0.0480	1			
EST_CIVIL	0.0680 0.4606	-0.1128 0.2199	-0.0521 0.5719	-0.0209 0.8203	0.2866 0.0015	1		
GRADO INST	-0.0072 0.9377	-0.0847 0.3575	-0.0419 0.6498	-0.3388 0.0002	-0.0353 0.7021	-0.0602 0.5137	1	
ING_ECON	-0.0219 0.8122	0.0340 0.7127	0.0592 0.5418	-0.1966 0.0314	-0.1868 0.0410	-0.0695 0.4504	0.3496 0.0001	1

Elaboración: Propia, utilizando Stata 13.0

En el análisis de correlaciones, se observa que las variables Paquete por un día (paquete1) y paquete por dos días (paquete2) presentan mayor asociación estadística al 1% con la probabilidad de la obtener una respuesta positiva de pagar por visitar el patrimonio arqueológico y natural. De modo particular, la variable paquete 1 tiene una correlación positiva con la probabilidad de disposición a pagar en aproximadamente 41%. Ello indica que cuando mejores servicios ofrezca el paquete por un día mayor será probabilidad que las personas estén dispuestas a pagar el mismo por visitar Aypate. Del mismo modo, la variable paquete2 presenta una asociación de 51% con la probabilidad de la disposición a pagar por el paquete. Esto significa que cuando mejor sea el servicio ofrecido en este paquete, mayor será la disposición a pagar por el mismo.

Sin embargo, las demás variables planteadas en el modelo, tales como: Ingresos mensuales (ingresos), Edad (edad), Estado civil (estado civil), Sexo (sexo) y grado de instrucción (instrucción), no son estadísticamente significativas. Y para corroborar e ir

descartando no significativas se regresiono el modelo econométrico planteado, que cuyos resultados se presentan a continuación:

Cuadro 5.5. Regresion del modelo econometrico planteado para Residentes

Logistic regression		Number of obs	120
		Prob>chi2	0.0000
		Rseudo	0.2961
MONTO	COEF	Z	p= z
PAQUETE 1	-0.0158	-0.68	0.497
PAQUETE 2	0.0519	2.91	0.004
SEXO	0.6210	0.93	0.350
EDAD	-0.0075	-0.36	0.719
EST_CIVIL	0.3441	0.86	0.389
GRAD_INST	0.1989	0.72	0.474
INGRESO	-0.1311	-0.60	0.548
CONST	-3.2911	-1.65	0.100

Elaboración: Propia, utilizando Stata 13.0

En la tabla 02 se presenta los resultados de la regresión del modelo planteado, haciendo el análisis estadístico individual, se observa que la única variable estadísticamente significativa al 1% es la variable paquete2. Asimismo se puede rescatar que globalmente el modelo es estadísticamente significativo al 1%.

Para encontrar un modelo mejor ajustado, se omitió las variables no significativas, que no cumplan con el signo esperado y que presentan problemas de multicolinealidad. De acuerdo a los resultados de las correlaciones simples se escogió a las variables paquete1 y paquete2 (aunque existe multicolinealidad de alto grado entre estas variables, para ello se plantea un modelo por separado). Para realizar dicho análisis se planteó los modelos cuyos resultados se muestran a continuación:

Cuadro 5.6. Regresion del modelo econometrico mejor ajustado para Residentes

Logistic regression		Number of obs	120
		Prob>chi2	0.0000
		Rseudo R2	0.1821
MONTO	COEF	Z	p=/z/
PAQUETE 1	0.0505	3.90	0.000
CONST	-0.8998	-1.40	0.161

Elaboración: Propia, utilizando Stata 13.0

En este otro modelo se muestra un ajuste del 0.1821%, es decir el 0.2821% de las variaciones en la disposición de visitar el patrimonio arqueológico y natural es explicado por las variaciones en el costo del paquete por dos días para visitar dicho patrimonio. En cuanto, a la evaluación estadística individual, se observa que la variable explicativa es estadísticamente significativa a un 1%, de manera que un incremento de una unidad monetaria del paquete diario, incrementa la probabilidad de la disposición a pagar por el mismo en un 5%.

Finalmente, es necesario precisar que el nivel de ajuste es bajo, pero el modelo es estadísticamente significativo en conjunto debido que la probabilidad chi-cuadrado es menor al 1%, descartándose la hipótesis de no significancia conjunta del modelo.

5.4.3. Estimacion de la disposicion a pagar para turistas

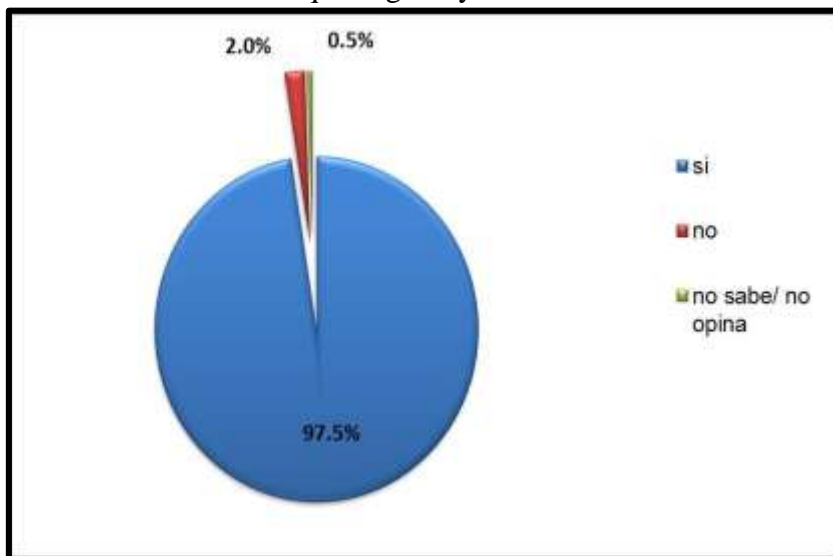
De otro lado, se realizo el análisis del modelo planteado para turistas. Para dicho análisis se aplicaron 200 encuestas en la ciudad de Piura. Los resultados de dicho modelo se muestran a continuación.

➤ Análisis Grafico

En el grafico N° 5.4 se muestra la disposición a pagar algún monto para acceder a los lugares arqueológicos y naturales donde el 97.5% indica que si está dispuesto a pagar para acceder a estos sitios; sin embargo el 2.0% de los turistas encuestados indica que no

estaría dispuesto a pagar para acceder a estos sitios esto es explicado por la falta de conocimiento.

Gráfico 5.4: disposición a pagar algún monto para acceder a sitios Arqueológicos y/o Naturales



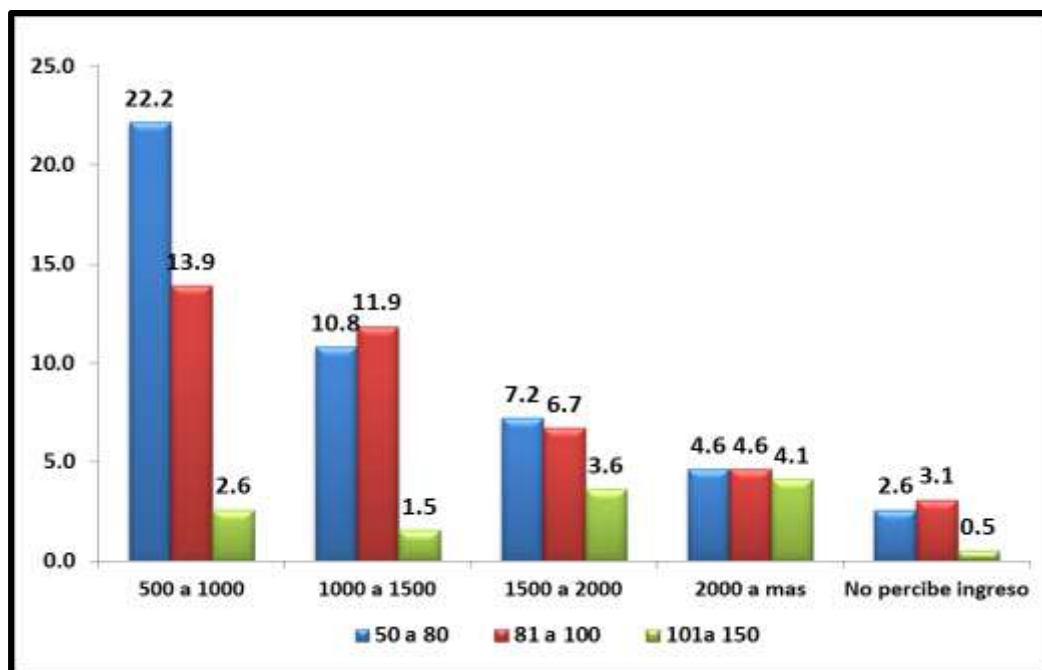
Elaboración: Propia

El gráfico de barras N° 5.5. muestra la disponibilidad a pagar según los ingresos que perciben los turistas que mostraron interés por conocer el patrimonio arqueológico y natural por un día y cuanto están dispuestos a pagar para acceder a ellos.

Los turistas que perciben ingresos de 500 a 1000 nuevos soles, los cuales representan el 38% en su mayoría indica que está dispuesto a pagar entre 50 y 80 nuevos soles por recorrer un día los restos el patrimonio arqueológico y natural del distrito; sin embargo de los turistas que perciben ingresos de entre 1000 y 1500 nuevos soles el 11.9% indicaron que están dispuestos a pagar entre 81 a 100 nuevos soles.

En el caso de las personas que perciben más de 2000 nuevos soles se divide en partes casi iguales al momento de decidir cuánto están dispuestos a pagar por este recorrido, lo que indicaron que estarían dispuestos a pagar entre 101 a 150 nuevos soles.

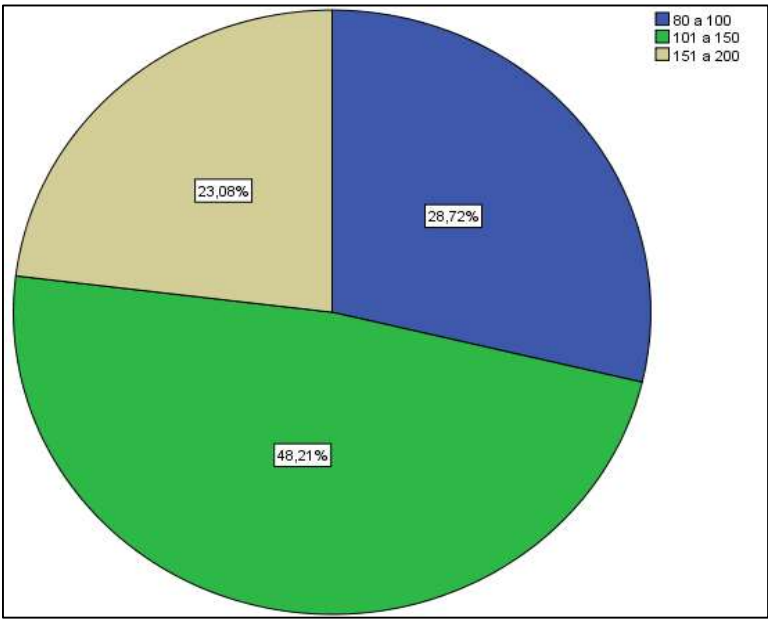
Grafico 5.5: Turistas que según sus ingresos indican su disponibilidad a pagar por visitar por un día el patrimonio arqueológico y natural (%)



Elaboración Propia

El gráfico de barras N° 5.6 muestra la disponibilidad a pagar según los ingresos que perciben los turistas que mostraron interés por conocer el patrimonio arqueológico y natural por dos días y cuanto están dispuestos a pagar para acceder a ellos. En este caso el 49.5% de los turistas está dispuesto a pagar por término medio de 101 a 150 nuevos soles, ya sea por aquellas que perciben ingresos bajos o por aquellas que perciben ingresos altos.

Grafico 5.6: Monto que los turistas estarían dispuestos a pagar por visitar dos días Aypate



Elaboración: SPSS 19.0

El 49.21% de los turistas encuestados estaría dispuesto a pagar un monto que va entre los 101 a 150 soles por visitar dos días Aypate.

Cuadro 5.7. Resumen de disposicion a pagar

	Paquete 02
Turistas	S/. 147.18

Elaboracion Propia (*)

5.4.4. Analisis econometrico del modelo para residentes

El primer análisis que se realizo es de correlaciones simples cuyos resultados se presentan en la cuadro N° 5.8. Este análisis permitió ir descartando variables que no sean significativas y que presenten principios de multicolinealidad.

Cuadro 5.8. Tabla de correlaciones (Turistas)

	MONTO	PAQUETE 1	PAQUETE 2	ING ECON	GRAD INST	EDAD	SEXO	EST CIV
MONTO	1							
PAQUETE 1	0.0521 0.4637	1						
PAQUETE 2	0.2067 0.0033	0.5026 0.0000	1					
ING_ECON	0.0798 0.2616	0.1124 0.1130	0.2271 0.0012	1				
GRAD_INST	0.1003 0.1576	-0.0030 0.9663	0.1045 0.1407	0.1249 0.0780	1			
EDAD	0.1307 0.0651	0.0571 0.4219	0.1813 0.0102	0.1889 0.0074	-0.2937 0.0000	1		
SEXO	-0.0336 0.6364	0.0366 0.6070	0.0675 0.3422	0.2130 0.0025	0.0869 0.2212	0.0892 0.2090	1	
EST_CIVIL	-0.0219 0.8122	0.0340 0.7127	0.0592 0.5418	-0.1966 0.0314	-0.1868 0.0410	-0.0695 0.4504	0.3496 0.0001	1

Elaboración: Propia, utilizando Stata 13.0

En la tabla anterior se observa que las variables Paquete por un día (paquete1) no estadísticamente significativa, pero la variable paquete por dos días (paquete2) presenta mayor asociación estadística al 1% con la probabilidad de obtener una respuesta positiva de pagar por visitar el patrimonio arqueológico y natural. De modo particular, la variable paquete 2 tiene una correlación positiva con la probabilidad de disposición a pagar en aproximadamente 21%. Ello indica que cuando mejores servicios ofrezca en el paquete mayor será probabilidad que las personas estén dispuestas a pagar el mismo por visitar el patrimonio arqueológico y natural.

Sin embargo, las demás variables planteadas en el modelo, tales como: Ingresos mensuales (ingresos), Edad (edad), Estado civil (estado civil), Sexo (sexo) y grado de

instrucción (instrucción), no son estadísticamente significativas. De tal forma, para corroborar los resultados obtenidos mediante correlaciones simples, se realizó la regresión del modelo logit planteado, cuyos resultados se presentan a continuación:

Cuadro 5.9. Regresión del Modelo planteado para Turistas

Logistic regression		Number of obs	200
		Prob>chi2	0.0017
		Rseudo	0.4531
MONTO	COEF	Z	p= z
PAQUETE 1	-1.6650	-1.09	0.276
PAQUETE 2	4.7933	2.12	0.034
INGRESO	0.7912	1.45	0.146
GRAD_INST	1.8684	2.22	0.026
EDAD	0.2325	1.96	0.050
SEXO	-3.7176	-1.86	0.063
EST_CIVIL	-0.1311	-0.60	0.543
CONST	-8.0481	-1.73	0.083

Elaboración: Propia, utilizando Stata 13.0

En la cuadro N° 5.10 se presenta los resultados de la regresión del modelo planteado, haciendo el análisis estadístico individual, se observa que las variables estadísticamente significativas al 5% son: La variable paquete 2 e instrucción. Asimismo se puede rescatar que globalmente el modelo es estadísticamente significativo al 1%.

Para encontrar un modelo mejor ajustado, se omitió las variables no significativas, que no cumplan con el signo esperado y que presentan problemas de multicolinealidad. De acuerdo a los resultados de las correlaciones simples y la regresión se tomó a la variable paquete 2.

Cuadro 5.10. Regresión del Modelo mejor ajustado para Turistas

Logistic regression		Number of obs	200
		Prob>chi2	0.0020
		Rseudo R2	0.2043
MONTO	COEF	Z	p= z
PAQUETE 2	2.5793	2.38	0.018
CONST	-0.4202	-0.30	0.764

Elaboración: Propia, utilizando Stata 13.0

En el modelo anterior se muestra un ajuste del 0.20%, es decir el 0.20% de las variaciones en la disposición de visitar el patrimonio arqueológico y natural es explicado por las variaciones en el costo del paquete por dos días para visitar dicho patrimonio.

En cuanto, a la evaluación estadística individual, se observa que la variable explicativa es estadísticamente significativa a un 5%, de manera que un incremento de una unidad monetaria del paquete por dos días, aumenta la probabilidad de la disposición a pagar por el mismo en un 260%. De otro lado, es necesario precisar que el modelo este es estadísticamente significativo en conjunto debido que la probabilidad chi-cuadrado es menor al 1%, descartándose la hipótesis de no significancia conjunta del modelo.

Finalmente para encontrar la disposición a pagar, se tuvo en cuenta que el paquete mejor aceptado por los turistas es el paquete que ofrece servicios por dos días de visita, tal como lo muestra la regresión econométrica y la significancia del mismo. De tal forma que se obtienen las medidas de tendencia central de la variación compensada (media por ser más estable). En ese sentido la disposición a pagar por dos días en Aypate es 147.18 nuevos soles por turista visitante.

5.5. CONTRASTE DE HIPOTESIS

Tal como lo establece la metodología de la investigación primero se inicia con el contraste de las hipótesis específicas y por último el contraste de la hipótesis general. En ese sentido, la primera hipótesis específica de la investigación postula que el servicio turístico que se brinda para visitar el patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca es deficiente. Al respecto, la investigación demuestra que no existen infraestructura y servicios con condiciones adecuadas para atender a los turistas demandantes.

Respecto a la segunda hipótesis específica de investigación se postula que, existe una alta disposición a pagar por el servicio turístico de visitar el Patrimonio Arqueológico y Natural del Distrito de Ayabaca. De modo particular los resultados

obtenidos permiten señalar que si existe alta disposición a pagar por parte de los residentes y los turistas. En ese sentido los residentes eligen un paquete turístico por un día, por el cual están dispuestos a pagar en promedio 55 soles; y los turistas eligen el paquete por dos días y están dispuestos a pagar 147.18 soles en promedio.

En relación a la tercera hipótesis específica se postuló que es viable económica y socialmente la intervención del Estado en la protección y gestión del Patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca. En ese sentido, se observa evidencia a favor de dicha hipótesis, dado que existe alta disposición a pagar, que, por consiguiente, genera interés por parte de las autoridades competentes en invertir en infraestructura adecuada para el disfrute de los recursos naturales y arqueológicos.

Por último, respecto a la hipótesis central de investigación se postuló que, la realización de la valoración económica del patrimonio arqueológico y natural del Distrito de Ayabaca, ayudara a diseñar políticas para incrementar el flujo turístico en la zona; los resultados muestran que existe disponibilidad a pagar tanto de los residentes y turistas, a partir de ello entonces es necesario una política de promoción del turismo local, por lo que es clave el rol de las autoridades competentes formular proyectos de conservación y protección ambiental y de desarrollo turístico.

Por lo tanto, podemos concluir que existe disposición a pagar por visitar el patrimonio arqueológico y natural, por un día, los residentes estarían dispuestos a pagar hasta 55 nuevos soles, y por dos días hasta 90 nuevos soles. Tomando en cuenta que el paquete mejor aceptado por los turistas es el paquete que ofrece servicios por dos días de visita en Aypate y Samanga, La disposición a pagar por los turistas mediante el método de valoración Contingente, es 147.18 nuevos soles por turista visitante.

CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

IV.1 CONCLUSIONES

- Los resultados obtenidos demuestran la existencia a favor de la hipótesis central de investigación. Dado que la disposición a pagar por parte de los residentes y turistas es alta; lo que demuestra el interés por la parte de los mismos para visitar y para conservar los lugares naturales y arqueológicos del distrito de Ayabaca.
- La disposición a pagar por visitar el patrimonio arqueológico y natural, por parte de los residentes es de 55 nuevos soles por un día, y por dos días 90 soles. Y los turistas están dispuestos a pagar 147.18 nuevos soles, teniendo en cuenta que el paquete mejor aceptado por los turistas es el paquete que ofrece servicios por dos días de visita en Aypate y Samanga.
- Finalmente, el servicio turístico que se ofrece para visitar las riquezas de Ayabaca es deficiente en comparación a otras zonas del departamento (en el litoral). El acceso a servicios básicos en la capital es un problema serio, asimismo no existe un transporte adecuado y organizado para visitar su patrimonio arqueológico y natural, y los hospedajes en las rutas de visita en condiciones mínimas no facilitan la estadía de turistas.

VI.2 RECOMENDACIONES

- Realizar estudios de valoración económica en nuestra región a fin de poder identificar e implementar estrategias de protección y conservación de los espacios naturales; asimismo dichas estrategias vayan de la mano con la promoción y difusión de la actividad turística, ya que muchos de los espacios naturales ofrecen servicios de recreación que los individuos demandan.
- Se debe elaborar los estudios de preinversión tendientes a mejorar la infraestructura, principalmente vial, en el tramo que parte del Distrito de Ayabaca y llega hasta el punto fronterizo de Espindola así como el que llega al complejo arqueológico de Aypate.
- Las instancias de gobierno tanto regional como local, así como la Dirección Regional de Comercio Exterior y turismo, deben de confluir esfuerzos por elaborar un mapa turístico del lugar, sobre esto la UNP tiene algún avance importante. Aquí es necesario la difusión que corresponde debe hacerse para promocionar estos atractivos que son únicos en todo el norte del país.

BIBLIOGRAFÍA

Acuña, M. (2004). *“Enfoque de Género para la Valoración Económica de los Manglares de Tumbes”*. Universidad Nacional de Ingeniería. Lima, Perú.

Azqueta, D. (1994): *“Valoración económica de la calidad ambiental”*. Editorial McGraw–Hill. Madrid, España.

Barreto, E. & Molina, H. (2009). *Valoración Económica de la Salud y el Medio Ambiente: Efectos de impacto de la contaminación del aire por plomo, el caso de la Oroya-Yauli*. Universidad Nacional de Ingeniería. Programa Cybertesis PERÚ, La Oroya.

Bigne, J. , Font X., & Andreu L. (2000). *“ Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo”*. ESIC Editorial. Madrid, España.

Case, K. & Fair, R. (2006). *“Principio de Microeconomía”*. Pearson Educación – Universidad de Yale. New Haven. Estados Unidos.

Cerda, A. (2003),” *Valoración Económica del Medio Ambiente”*. Universidad de Talca. Region Maule, Chile.

CONAM. (2005). *“Valoración económica de los impactos de la contaminación atmosférica por PTS y PM10 en la salud para Lima Metropolitana”*. Lima, Peru.

Cristeche, E. Y Penna, J. (2008).” *Métodos de la Valoración Económica de los Servicios Ambientales”*. Instituto de Economía y Sociología. Guayaquil, Ecuador.

Fresneda, O. (2007). "*La medida de necesidades básicas insatisfechas (NBI) como instrumento de medición de la pobreza y focalización de programas*". Estudios y Perspectivas, Oficina CEPAL Bogotá. Venezuela.

Glave, M., & Pizarro, R. (2002). "*Valoración económica de la diversidad biológica y servicios ambientales en el Perú*". Lima, Peru.

Herruzo, C. (2012), "*Fundamentos y métodos para la valoración económica de bienes ambientales*". Universidad Politécnica de Madrid. España.

Krugman, P. R. (1979). "*Rethinking International Trade*. Massachusetts". Massachusetts Institute of Technology.

León, F., Rodríguez, A., Drumm, F., Murrugarra, K. y Gonzales, C. (2009). "*Valoración Económica del Turismo en el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado: un estudio de caso en cuatro áreas naturales protegidas del Perú*". The Nature Conservancy. Lima, Peru.

León, F. (2007). "*El Aporte de las Áreas Naturales Protegidas a la Economía Nacional*". Lima, Peru.

Leven, C. (1985). "*Regional Development Analysis and Policy*". Journal of Regional Science, 25 (4), 569-592.

Llobera, F. (2001). "*Conceptos clave, dinamización y asistencia en programas de Desarrollo Rural*". Lecciones de Desarrollo Rural. Universidad de Castilla-La Mancha-CE-DERCAM, ciudad Real, pp. 51-70.

Coronel, D. (2012). "*Análisis Sobre la Economía Verde- Eco sostenible Investigaciones*".

López G. (2015).” *Valoración económica del servicio ambiental de captura de carbono en el Fundo Violeta*”. Distrito de Tahuamanu-Madre de Dios; Peru.

Lozano, J. (2011). “*Lineamientos para el diseño de un plan estratégico de desarrollo regional en el área de influencia del Corredor Melgar*”. Cajamarca; Peru.

Monzón E. (2004). “*Enfoque de género para la valoración económica de los manglares de Tumbes*”. Universidad Nacional de Ingeniería. Lima, Peru.

Pearce, D. & R. Turner. (1990). “*Economics and natural Resources and the environment*”. The John Hopkins University. New York, Estados Unidos.

Pérez H. (2004). “*Manual del turismo sostenible: Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*”. Universidad de la Rioja, España.

PNUD (2012). “*Informe de Desarrollo Humano: Índice de Desarrollo Humano departamental, provincial y distrital 2012*”.

Novoa, Z. (2011). “*Valoración económica del patrimonio natural: las áreas naturales protegidas*”. Revista espacio y desarrollo (23), 131-154.

Novoa J. & Torres J. (2010). *Evaluación de las principales características poblacionales de Mauritia Flexuosa frente al cambio climático en el área de conservación municipal Asociación Hídrica Aguajal Renacal del Alto Mayo*. Universidad Nacional de San Martín. Lima, Peru.

Palacios, J. (1999). “*Las estrategias del desarrollo local: aproximación metodológica desde una perspectiva socio-económica e integral, Valencia*”. Departamento de dirección y administración de empresas. Universidad de Valencia. España.

Pérez de las Heras, M. (2003). *“La Cumbre de Johannesburgo, antes, durante y después de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible”*. Editorial Mundi-Prensa. Madrid.

Pecqueur, B. y Colletis, G. (1995). *“Roles des politiques technologiques dans la creation de ressources spécifiques et avantages dynamiques de localisation”*. Économique industrielle et économie spatiale. París: Económica. Pp. 445-462.

Porter, M. (1990). *“The competitive advantage of nations”*. Harvard business review, 73-93.

Quispe Y. (2004). *“Valoración económica del servicio de agua tratada y alcantarillado en quinua, Ayacucho”*. Universidad Nacional de Ingeniería. Lima, Peru.

Rocha, A. & Rodríguez L.(2011). *“Métodos de valoración de bienes ambientales”*. Fundacion Universitaria de SANGIL “UNISANGIL”. Colombia.

Sánchez, M. (2008). *“Valoración contingente y costo de viajes aplicados al área recreativa laguna de Mucubají”*. Economía, XXXIII, (26), pp. 119-150.

Schlüter, R. & Winter, G. (2003).” *Turismo: Una Perspectiva Empresarial*”. CIET. Buenos Aires, Argentina.

Tiebout, C. (1956). *“The Urban Economic Base Reconsidered”*. *Journal of Political Economic*, 32 (1), 95-99.

Rodriguez A. (2013). *“Valoración económica de bienes y servicios ambientales de la Laguna Conache”*. La Libertad, Perú. *Rebiolest*, 1 (1), 54-70.

Tello, C. (2006). “*Descentralización y Desarrollo Local en el Perú: Conceptos y Realidades*”. Centrum Católica y Departamento de Economía de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Peru.

Valdizán G. (2007). “*Aproximación a un modelo teórico centrado en el desarrollo local desde la Universidad*”. Universidad de Burgos. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de las Ciencias de la Educación. Burgos, España.

Vázquez, A. (1999). “El desarrollo local en los tiempos de globalización. En: Desarrollo local y desarrollo regional frente al siglo XX”. XXXII (122). 1999:721-734.

Zuniga C. (2013): “*Impacto de los Sistemas de Producción Agropecuarios en el Desarrollo Local Sostenible de Nicaragua*”. Published in: Universitas (León) , Vol. 1, No. 4 (10. November 2013):10-17.

ANEXOS

**ANEXO 01: ENCUESTA DEFINITIVA APLICADA A RESIDENTES DE LA
PROVINCIA DE AYABACA**

Fecha.....

Hora..... de la encuesta.

Encuestador.....

...

Buen día estamos aplicando una encuesta como parte de un trabajo de investigación sobre el patrimonio arqueológico y natural del distrito de Ayabaca. La información proporcionada será estrictamente confidencial. Agradecemos por anticipado que sus respuestas sean las más sinceras posibles.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Sexo: Femenino (...)

1.2 Edad:

1.3 ¿Cuánto tiempo tiene viviendo en la provincia de Ayabaca?

.....

.....

1.4 Sabía usted que la provincia de Ayabaca posee sitios:

A) Arqueológicos

B) Naturales

C) A y B

D) No sabe/ No opina

1.5 ¿Cómo se informó de la existencia de estos sitios

A) Internet / televisión

B) Agencia de viajes

C) Libros y/o revistas

D) Por familiares o amigos

E) Otros.....

1.6 ¿Cuál es la importancia que Ud. le da a los sitios arqueológicos y/o naturales? De 1 al 4
(1 no tiene importancia; 4 máxima importancia)

(...) Por tener la oportunidad de visitar el patrimonio arqueológico y natural del distrito de Ayabaca.

(...) Por tener contacto con la naturaleza y reconocer los asentamientos humanos de nuestros antepasados.

(...) Para que mis hijos puedan disfrutar de este paisaje.

(...) Para saber que las áreas naturales están protegidas y los sitios arqueológicos debidamente cuidados.

II. VALORACIÓN ECONÓMICA

2.1 ¿Estaría usted de acuerdo o en desacuerdo que una empresa X invirtiera en la implementación de servicios turísticos tanto para los lugares arqueológicos como para las áreas naturales?

A) Si

B) No

C) No sabe / No opina

2.2 Con estas inversiones; ¿estaría usted dispuesto a pagar un monto para poder acceder a algún sitio arqueológico y/ o natural?

A) SI

B) No

C) No sabe / No opina

2.3 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar (nuevos soles)?

A) 0 a 5

B) 5 a 10

C) 15 a 20

D) 20 a mas

2.4 ¿Estaría usted dispuesto a colaborar monetariamente para la conservación de estos sitios arqueológicos y/o naturales en forma anual?

A) SI

B) No

C) No sabe / No opina

2.5 ¿Cuánto?

- A) 0 a 5
- B) 5 a 10
- C) 15 a 20
- D) 20 a mas

2.6 ¿Qué beneficios considera usted que traería la mayor afluencia de turistas a estos sitios arqueológicos y/o naturales?

- A) Mejora de la calidad de vida
- B) Mayores Ingresos económicos
- C) Contribuirá a la educación
- D) Todas las anteriores
- E) No sabe/ no opina

2.7 ¿Cuál cree que es el principal motivo por el que Ayabaca, a pesar de ser considerada la capital arqueológica de Piura, no atrae una mayor cantidad de turistas?

- A) El clima
- B) La lejanía
- C) La falta de capacidad instalada
- D) La falta de información
- E) Otros.....

III. ACERCA DE USTED

3.1 ¿Usted conoce y/o ha visitado algún otro sitio arqueológico y/o natural dentro del país?

- A) Si
- B) No
- C) No sabe / No opina

3.2 Mencione los sitios:

.....

3.3 Estado civil

- A) Soltero
- B) Casado
- C) Viudo

D) Conviviente

E) Divorciado

3.4 ¿Cuál es su grado de instrucción?

A) Primaria

B) Secundaria

C) Técnica

D) Universitaria

E) Ninguna

3.5 ¿Cuál es su ocupación?

A) Trabajador estatal

B) Trabajador de una empresa privada

C) Trabajador Independiente

D) Ama de casa

E) Estudiante

F) Otros.....

3.6 ¿Cuál es su ingreso mensual?

A) 500 a 1000

B) 1000 a 1500

C) 1500 a 2000

D) 2000 a mas

ANEXO 02 : ENCUESTA DEFINITIVA APLICADA A LOS VISITANTES – TURISTAS

Fecha.....

Hora..... de la encuesta.

Encuestador.....

Buen día estamos aplicando una encuesta como parte de un trabajo de investigación sobre el patrimonio arqueológico y natural del distrito de Ayabaca. La información proporcionada será estrictamente confidencial. Agradecemos por anticipado que sus respuestas sean las más sinceras posibles.

IV. INFORMACION GENERAL

4.1 País de residencia

.....

4.2 ¿Cuál fue el transporte que utilizó para llegar a la provincia de Ayabaca?

.....

4.3 ¿Cuántas veces ha visitado la provincia de Ayabaca?

.....

4.4 ¿Cuánto tiempo permanecerá en este lugar?

.....

4.5 Sabía usted que la provincia de Ayabaca posee sitios:

E) Arqueológicos

F) Naturales

G) A y B

H) No sabe/ No opina (**concluir la encuesta**)

4.6 ¿Cómo se informó de la existencia de estos sitios

F) Internet / televisión

G) Agencia de viajes

H) Libros y/o revistas

I) Por familiares o amigos

J) Otros.....

4.7 ¿Cuál es la importancia que Ud. le da a los sitios arqueológicos y/o naturales? De 1 al 4

(1 no tiene importancia; 4 máxima importancia)

(...) Por tener la oportunidad de visitar el patrimonio arqueológico y natural del distrito de Ayabaca.

(...) Por tener contacto con la naturaleza y reconocer los asentamientos humanos de nuestros antepasados.

(...) Para que mis hijos puedan disfrutar de este paisaje.

(...) Para saber que las áreas naturales están protegidas y los sitios arqueológicos debidamente cuidados.

4.8 ¿Qué es lo que menos le gusto turísticamente de la visita a estos sitios arqueológicos y/o natural?

A) Insuficientes instalaciones de hospedaje, alimentos, y recreación

B) Deterioro del paisaje

C) Deterioro del patrimonio cultural

V. VALORACIÓN ECONÓMICA

5.1 ¿Estaría usted de acuerdo que una empresa X invirtiera en la implementación de servicios turísticos tanto para los lugares arqueológicos como para las áreas naturales?

D) Si

E) No

F) No sabe / No opina

5.2 Con estas inversiones; ¿estaría usted dispuesto (a) a pagar un monto para poder acceder a algún sitio arqueológico y/ o natural?

D) SI

E) No

F) No sabe / No opina

5.3 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 01 días en Aypate?

A) De 50 a 80

B) De 81 a 100

C) De 101 a 150

5.4 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 02 días Aypate, Samanga?

A) De 50 a 80

B) De 81 a 100

C) De 101 a 150

VI. ACERCA DE USTED

6.1 ¿A qué dedica su tiempo libre? (Feriados largos, vacaciones, etc.)

- A) Permanecer y descansar en casa
- B) Salir de viaje (hacer turismo)
- C) Divertirse (fiestas, cines, etc.)
- D) Otras.....

6.2 ¿Usted ha visitado algún otro sitio arqueológico y/o natural dentro del país?

- D) Si
- E) No
- F) No sabe / No opina

6.3 Mencione los sitios:

.....

6.4 Indique que tipo de atracciones visita preferentemente durante sus viajes culturales

- A) Monumentos históricos
- B) Museos
- C) Música y artes escénicas
- D) Iglesias
- E) Otros.....

6.5 ¿Qué forma de hospedaje utiliza? (Si se aloja en distintos, preguntar por el principal, y si sigue teniendo problemas de identificarlo, preguntar por el de la noche anterior)

- A) Hotel D. Camping
- B) Pensión, Hostal
- C) Casa familiares o amigos
- D) Casa Alquilada
- E) Otros.....

6.6 ¿Cuál fue el motivo principal de su visita?

- A) Turismo
- B) Estudios o investigación
- C) Negocios

D) A y B

E) A y C

6.7 Sexo: Femenino (...) Masculino (...)

6.8 Edad:

6.9 Estado civil

A) Soltero

B) Casado

C) Viudo

D) Conviviente

E) Divorciado

6.10 ¿Cuál es su grado de instrucción?

F) Primaria

G) Secundaria

H) Técnica

I) Universitaria

J) Otros.....

6.11 ¿Cuál es su ocupación?

G) Trabajador estatal

H) Trabajador de una empresa privada

I) Trabajador Independiente

J) Ama de casa

K) Otros.....

6.12 ¿Cuál es su ingreso mensual?

A) 500 a 1000

B) 1000 a 1500

C) 1500 a 2000

D) 2000 a mas

6.13 ¿Cuánto dinero destina a viajar anualmente?

.....

ANEXO 03: Residentes que saben de la existencia de Recursos Naturales y Arqueologicos en el distrito de Ayabaca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Arqueológicos	13	10,8	10,8	10,8
	Naturales	1	,8	,8	11,7
	a y b	104	86,7	86,7	98,3
	no sabe/ no opina	2	1,7	1,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 04: Importancia de los residentes de visitar el patrimonio arqueológico y natural del distrito de Ayabaca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sin importancia	20	16,7	16,9	16,9
	Menos importante	19	15,8	16,1	33,1
	Importante	37	30,8	31,4	64,4
	Muy importante	42	35,0	35,6	100,0
	Total	118	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
	Total	120	100,0		

El Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 05: Importancia de los residentes por tener contacto con la naturaleza y reconocer los asentamientos humanos de nuestros antepasados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sin importancia	12	10,0	10,2	10,2
	Menos importante	26	21,7	22,0	32,2
	Importante	53	44,2	44,9	77,1
	Muy importante	27	22,5	22,9	100,0
	Total	118	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
	Total	120	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 06: Importancia de los residentes para sus hijos puedan disfrutar de este paisaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sin importancia	45	37,5	38,1	38,1
	Menos importante	52	43,3	44,1	82,2
	Importante	10	8,3	8,5	90,7
	Muy importante	11	9,2	9,3	100,0
	Total	118	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
	Total	120	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 07: Medio de informacion de la existencia de los Sitios Naturales y Aqueologicos del Distrito de Ayabaca para los residentes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Internet/ televisión	3	2,5	2,5	2,5
	Agencia de viajes	4	3,3	3,4	5,9
	Libros y/o revistas	16	13,3	13,6	19,5
	Por familiares o amigos	75	62,5	63,6	83,1
	Otros	20	16,7	16,9	100,0
	Total	118	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,7		
	Total	120	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 08: Residentes encuestados que estarían de acuerdo para que una empresa x invirtiera en la implementación de servicios turísticos tanto para los lugares arqueológicos como para las áreas naturales del Distrito de Ayabaca.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	116	96,7	96,7	96,7
No	2	1,7	1,7	98,3
No sabe/ no opine	2	1,7	1,7	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 09: Residentes encuestados que estarías dispuesto a pagar para acceder a estos sitios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	99	82,5	82,5	82,5
No	19	15,8	15,8	98,3
No sabe/ no opina	2	1,7	1,7	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 10: Monto que los Residentes estarían dispuestos a pagar por 1 día en Aypate

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 30 a 50	78	65,0	70,9	70,9
51 a 80	23	19,2	20,9	91,8
Más de 80	9	7,5	8,2	100,0
Total	110	91,7	100,0	
Perdidos Sistema	10	8,3		
Total	120	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 11: Monto que los Residentes estarían dispuestos a pagar por 1 día en Aypate

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	50 A 80	49	40,8	44,5	44,5
	81 a 100	46	38,3	41,8	86,4
	101 a 150	15	12,5	13,6	100,0
	Total	110	91,7	100,0	
Perdidos	Sistema	10	8,3		
	Total	120	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 12: Beneficios que los residentes consideran, que traería la mayor afluencia de turistas a estos sitios arqueológicos y/o naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mejora de la calidad de vida	11	9,2	9,2	9,2
	Mayores ingresos económicos	28	23,3	23,3	32,5
	Contribuirá a la educación	4	3,3	3,3	35,8
	Todas las anteriores	75	62,5	62,5	98,3
	no sabe/ no opine	2	1,7	1,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

**ANEXO 13: Principal motivoque consideran los residentes por el que
Ayabaca no atrae una mayor cantidad de turistas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Clima	9	7,5	7,5	7,5
La lejanía	5	4,2	4,2	11,7
La falta de capacidad instalada	34	28,3	28,3	40,0
La falta de información	47	39,2	39,2	79,2
Otros	25	20,8	20,8	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 14: Sexo del residente encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Femenino	47	39,2	39,2	39,2
Masculino	73	60,8	60,8	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 15: Estado civil del residente encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Soltero	52	43,3	43,3	43,3
Casado	50	41,7	41,7	85,0
Viudo	3	2,5	2,5	87,5
Convivien te	12	10,0	10,0	97,5
Divorciad o	3	2,5	2,5	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 16: Grado de instrucción del residente encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	20	16,7	16,7	16,7
	Secundaria	40	33,3	33,3	50,0
	Técnica	30	25,0	25,0	75,0
	Universitaria	28	23,3	23,3	98,3
	Otros	2	1,7	1,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 17: Ocupación del encuestado del residente encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Trabajador estatal	23	19,2	19,2	19,2
	Trabajador de una empresa privada	6	5,0	5,0	24,2
	Trabajador independiente	63	52,5	52,5	76,7
	Ama de casa	14	11,7	11,7	88,3
	Otros	12	10,0	10,0	98,3
	Estudiantes	2	1,7	1,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 18: Ingreso mensual del residente encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	500 a 1000	70	58,3	58,3	58,3
	1000 a 1500	24	20,0	20,0	78,3
	1500 a 2000	6	5,0	5,0	83,3
	2000 a mas	4	3,3	3,3	86,7
	No percibe ingresos	16	13,3	13,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 19: Turistas que tienen conocimiento que que la provincia de Ayabaca posee sitios Arqueologicos y Naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Arqueológicos	19	9,5	9,5	9,5
	Naturales	11	5,5	5,5	15,0
	a y b	101	50,5	50,5	65,5
	no sabe/ no opina	69	34,5	34,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 20: Medio de información que los turistas emplearon para informarse sobre la existencia de los sitios Arqueologicos y Naturales de la provincia de Ayabaca.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Internet/ televisión	52	26,0	39,7	39,7
	Agencia de viajes	12	6,0	9,2	48,9
	Libros y/o revistas	24	12,0	18,3	67,2
	Por familiares o amigos	37	18,5	28,2	95,4
	Otros	6	3,0	4,6	100,0
	Total	131	65,5	100,0	
Perdidos	Sistema	69	34,5		
	Total	200	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 21: Grado de importancia que los turistas consideran por tener la oportunidad de visitar el patrimonio arqueológico y natural del distrito de Ayabaca

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Sin importancia	25	12,5	19,1	19,1
Menos importante	22	11,0	16,8	35,9
Importante	32	16,0	24,4	60,3
Muy importante	52	26,0	39,7	100,0
Total	131	65,5	100,0	
Perdidos Sistema	69	34,5		
Total	200	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 22: Grado de importancia que los turistas consideran por tener contacto con la naturaleza y reconocer los asentamientos humanos de nuestros antepasados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Sin importancia	40	20,0	30,5	30,5
Menos importante	32	16,0	24,4	55,0
Importante	26	13,0	19,8	74,8
Muy importante	33	16,5	25,2	100,0
Total	131	65,5	100,0	
Perdidos Sistema	69	34,5		
Total	200	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 23: Turistas encuestados que estarían de acuerdo que una empresa x invirtiera en la implementación de servicios turísticos tanto para los lugares arqueológicos como para las áreas naturales del Distrito de Ayabaca.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	197	98,5	98,5	98,5
No	3	1,5	1,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 24: Turistas que estarían dispuestos a pagar algún monto para acceder a estos sitios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	195	97,5	97,5	97,5
No	4	2,0	2,0	99,5
No sabe/ no opina	1	,5	,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 25: Monto que los turistas encuestados estarían dispuestos a pagar por 1 día en Aypate

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 50 a 80	92	46,0	47,2	47,2
81 a 100	78	39,0	40,0	87,2
101a 150	25	12,5	12,8	100,0
Total	195	97,5	100,0	
Perdidos Sistema	5	2,5		
Total	200	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 26: A qué dedica su tiempo libre el turistas encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos permanecer y descansar en casa	54	27,0	27,0	27,0
salir de viaje	101	50,5	50,5	77,5
divertirse	35	17,5	17,5	95,0
otra	10	5,0	5,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

**ANEXO 27: Turistas encuestados que han visitado otro sitio
arqueológico y/o natural dentro del país**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	151	75,5	75,5	75,5
	No	39	19,5	19,5	95,0
	No sabe/ no opina	10	5,0	5,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

**ANEXO 28: Motivo principal de los turistas encuestados de por la visita al
Distrito de Ayabaca.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Turismo	64	32,0	55,2	55,2
	Estudios o investigación	26	13,0	22,4	77,6
	Negocios	14	7,0	12,1	89,7
	A y b	7	3,5	6,0	95,7
	A y c	5	2,5	4,3	100,0
	Total	116	58,0	100,0	
Perdidos	Sistema	84	42,0		
	Total	200	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 29: Sexo del turista encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	femenino	101	50,5	50,5	50,5
	masculino	99	49,5	49,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 30: Estado civil del turista encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Soltero	121	60,5	60,5	60,5
	Casado	65	32,5	32,5	93,0
	Viudo	4	2,0	2,0	95,0
	Conviviente	9	4,5	4,5	99,5
	Divorciado	1	,5	,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 31: Grado de instrucción turista encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	5	2,5	2,5	2,5
	Secundaria	22	11,0	11,0	13,5
	Técnica	43	21,5	21,5	35,0
	Universitaria	127	63,5	63,5	98,5
	Otros	3	1,5	1,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 32: Ocupación del turista encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Trabajador estatal	25	12,5	12,5	12,5
	Trabajador de una empresa privada	47	23,5	23,5	36,0
	Trabajador independiente	66	33,0	33,0	69,0
	Ama de casa	15	7,5	7,5	76,5
	Otros	47	23,5	23,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 33: Que es lo que menos le gusto de su visita (Turista encuestado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Insuficientes instalaciones de hospedaje alimentos y recreación	57	28,5	50,9	50,9
	Deterioro del paisaje	29	14,5	25,9	76,8
	Deterioro del patrimonio cultural	20	10,0	17,9	94,6
	Falta de información	5	2,5	4,5	99,1
	Frio	1	,5	,9	100,0
	Total	112	56,0	100,0	
Perdidos	Sistema	88	44,0		
	Total	200	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 34: Tipo de atracciones que el turista visita preferentemente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Monumentos históricos	92	46,0	46,5	46,5
	Museos	52	26,0	26,3	72,7
	Música y artes escénicas	7	3,5	3,5	76,3
	Iglesias	33	16,5	16,7	92,9
	Otros	14	7,0	7,1	100,0
	Total	198	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,0		
	Total	200	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 35: Tipo de Hospedaje que el turista utiliza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hotel de camping	59	29,5	29,8	29,8
	Pensión, hostel	76	38,0	38,4	68,2
	Casa familiares o amigos	52	26,0	26,3	94,4
	Casa alquilada	10	5,0	5,1	99,5
	Otros	1	,5	,5	100,0
	Total	198	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,0		
	Total	200	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 36: Ingreso mensual del turista encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	500 a 1000	78	39,0	39,2	39,2
	1000 a 1500	48	24,0	24,1	63,3
	1500 a 2000	35	17,5	17,6	80,9
	2000 a mas	26	13,0	13,1	94,0
	No percibe ingreso	12	6,0	6,0	100,0
	Total	199	99,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,5		
	Total	200	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

**ANEXO 37: Monto que el turista estaría dispuesto a pagar por 2 días
aypate y Samanga**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	80 a 100	56	28,0	28,7	28,7
	101 a 150	94	47,0	48,2	76,9
	151 a 200	45	22,5	23,1	100,0
	Total	195	97,5	100,0	
Perdidos	Sistema	5	2,5		
	Total	200	100,0		

Elaboracion: spss 19.0

ANEXO 38: Correlaciones Simples-Residentes

	monto	paquete1	paquete2	sexo	edad	estado_civil	ocupacion
monto	1.0000						
paquete1	0.4078 0.0000	1.0000					
paquete2	0.5086 0.0000	0.8078 0.0000	1.0000				
sexo	0.1247 0.1748	0.0593 0.5202	0.0877 0.3409	1.0000			
edad	-0.0241 0.7941	-0.1126 0.2208	-0.0709 0.4416	0.1809 0.0480	1.0000		
estado_civil	0.0680 0.4606	-0.1128 0.2199	-0.0521 0.5719	-0.0209 0.8203	0.2868 0.0015	1.0000	
instruccion	-0.0072 0.9377	-0.0847 0.3575	-0.0419 0.6498	-0.3388 0.0002	-0.0353 0.7021	-0.0602 0.5137	1.0000
ingreso	-0.0219 0.8122	0.0340 0.7127	0.0562 0.5418	-0.1966 0.0314	-0.1868 0.0410	-0.0695 0.4504	0.3496 0.0001
	ingreso						
ingreso	1.0000						

Elaboracion: Stata 12.0

ANEXO 39: Estimacion del Modelo Planteado-Residentes

Iteration 0:	log likelihood = -55.647173					
Iteration 1:	log likelihood = -40.767378					
Iteration 2:	log likelihood = -39.192889					
Iteration 3:	log likelihood = -39.169942					
Iteration 4:	log likelihood = -39.169907					
Iteration 5:	log likelihood = -39.169907					
Logistic regression						
				Number of obs	=	120
				LR chi2(7)	=	32.95
				Prob > chi2	=	0.0000
				Pseudo R2	=	0.2961
Log likelihood = -39.169907						
monto	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
paquete1	-.0157956	.0232645	-0.68	0.497	-.0613931	.0298019
paquete2	.0519986	.0178643	2.91	0.004	.0169853	.087012
sexo	.6210025	.6647706	0.93	0.350	-.681924	1.923929
edad	-.0075185	.0208803	-0.36	0.719	-.0484432	.0334062
estado_civil	.3041023	.3529488	0.86	0.389	-.3876645	.9958692
instruccion	.1989451	.2775957	0.72	0.474	-.3451324	.7430226
ingreso	-.1311049	.2182557	-0.60	0.548	-.5588783	.2966685
_cons	-3.291124	2.000074	-1.65	0.100	-7.211196	.6289489

Elaboracion: Stata 12.0

ANEXO 40: Estimacion del Modelo mejor Ajustado-Residentes

Logistic regression						
				Number of obs	=	120
				LR chi2(1)	=	20.27
				Prob > chi2	=	0.0000
				Pseudo R2	=	0.1821
Log likelihood = -45.511902						
monto	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
paquetel	.0505523	.0129544	3.90	0.000	.0251623	.0759424
_cons	-.8997765	.6424454	-1.40	0.161	-2.158946	.3593933

Elaboracion: Stata 12.0

ANEXO 41: Correlaciones simples-Turistas

	monto	paquetel	paquete2	ingreso	instru~n	edad	sexo
monto	1.0000						
paquetel	0.0521	1.0000					
paquete2	0.2067	0.5026	1.0000				
ingreso	0.0798	0.1124	0.2271	1.0000			
instruccion	0.1003	-0.0030	0.1045	0.1249	1.0000		
edad	0.1307	0.0571	0.1813	0.1889	-0.2937	1.0000	
sexo	-0.0336	0.0366	0.0675	0.2130	0.0869	0.0892	1.0000

Elaboracion: Stata 12.0

ANEXO 42: Estimacion del modelo planteado-Turistas

Logistic regression	Number of obs	=	200
	LR chi2(6)	=	21.19
	Prob > chi2	=	0.0017
Log likelihood = -12.788134	Pseudo R2	=	0.4531

monto	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
paquetel	-1.665082	1.528093	-1.09	0.276	-4.66009 1.329926
paquete2	4.793283	2.263547	2.12	0.034	.3568128 9.229752
ingreso	.7911812	.5438723	1.45	0.146	-.2747889 1.857151
instruccion	1.868365	.8373011	2.23	0.026	.2272849 3.509445
edad	.2325286	.118455	1.96	0.050	.0003611 .4646961
sexo	-3.717639	1.997215	-1.86	0.063	-7.632107 .19683
_cons	-8.048067	4.644932	-1.73	0.083	-17.15197 1.055833

Elaboracion: Stata 12.0

ANEXO 43: Estimacion del modelo mejor Ajustado-Turistas

```
Logistic regression                                Number of obs   =          200
                                                    LR chi2(1)      =          9.56
                                                    Prob > chi2     =         0.0020
Log likelihood = -18.603408                       Pseudo R2      =         0.2043
```

monto	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
paquete2	2.579319	1.08568	2.38	0.018	.4514259	4.707213
_cons	-.420203	1.4014	-0.30	0.764	-3.166896	2.32649

Elaboracion: Stata 12.0